

BAB V

PENUTUP

IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Efektivitas Iklan Televisi *My Noodlez* terhadap *brand awareness* pada ibu-ibu di kelurahan Cibubur, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 64,8% antara efektivitas iklan televisi *My Noodlez* terhadap *brand awareness*.

IV.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada efektivitas iklan televisi *My Noodlez* terdapat dimensi dampak yang memiliki skor rata-rata terendah, dan pernyataan dari dimensi dampak yang terendah adalah pernyataan lebih mengetahui keamanan produk *My Noodlez* dibandingkan produk mie lain melalui iklan televisinya, walaupun sudah ada informasi komposisi dari *My Noodlez* tetapi responden belum banyak mengetahui keamanan *My Noodlez* oleh karena itu diharapkan agar *My Noodlez* dapat menambahkan informasi-informasi pendukung tentang produk *My Noodlez* melalui iklan televisinya sehingga bisa menaikkan dampak yang lebih besar kepada khalayak dan lebih yakin terhadap keamanan dari *My Noodlez*. Selain itu berdasarkan hasil analisis deskriptif, *brand awareness* dari efektivitas iklan televisi *My Noodlez* baru pada tahap *brand recognition* karena nilai skor rata-rata dari *brand recall* lebih rendah. Untuk dapat meningkatkan *brand recall* diharapkan *My Noodlez* dapat menguatkan keunikan dari produk *My Noodlez* pada iklan televisinya sehingga khalayak yaitu ibu-ibu dapat tertarik sehingga dapat dengan cepat mengingat dan hafal dengan iklan televisi *My Noodlez* sehingga dapat meningkatkan *brand recall*.