

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian pengaruh daya tarik *Channel youtube* Morinaga Platinum “rencana bermain *multiple intelligence*” (Survei : Komunitas Ayo main, Bintaro Tangerang Selatan).

#### V.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum “rencana bermain *multiple intelligence*” terhadap *brand equity*. Penulis melakukan uji koefisien korelasi dan hasil yang didapat ialah hasil perhitungan dengan program SPSS 23 maka dapat dijelaskan bahwa adanya korelasi antara kedua variabel tersebut, dimana nilai koefisien korelasi (R) didapatkan sebesar 0,698. Pada tabel koefisien korelasi terlihat bahwa kekuatan hubungan yang kuat dan signifikansi antara daya tarik terhadap *brand equity* sebesar 0,000. Korelasi yang terjadi adalah pola searah, hal tersebut dilihat dari tidak adanya tanda (-) didepan angka 0,698 sehingga menunjukkan arah hubungan yang positif. Arti hubungan positif menunjukkan daya tarik memiliki hubungan yang kuat terhadap *brand equity*.

R Square ( $R^2$ ) merupakan koefisien determinasi (pengkuadratan dari koefisien korelasi) yang besarnya  $0,487 = 48,7\%$ . Hal ini berarti 48,7 % *brand equity* (Variabel Y) ditentukan oleh daya tarik (variabel X), sedangkan sisanya 51,3% ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya media luar ruang, *event*, *tvc* dan lainnya.

Dalam uji regresi diketahui bahwa  $Y = 23,421 + 1,104 X$  karena hasil  $b+$  maka angka variabel dependennya naik. Artinya, jika pengaruh daya tarik *Channel Youtube* Morinaga Platium naik sebesar 1,104 X maka *brand equity* akan mengalami peningkatan sebesar 1,104.

Hasil ini menunjukkan diperoleh angka t hitung 9,404 t tabel tidak dihitung tetapi dilihat pada tabel t tabel  $df = N-2$ ,  $df = 95 - 2 = 93$  signifikansi dan dengan taraf signifikansi 10 % diperoleh t tabel adalah 1,661. Sehingga terlihat

bahwa nilai  $t$  hitung  $9,404 > t$  tabel  $1,661$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa ada pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum terhadap *brand equity*.

## V.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan dengan judul pengaruh daya tarik *channel youtube* Morinaga Platinum “rencana bermain *multiple intelligence*” terhadap *brand equity*” (survei : Komunitas Ayo Main, Bintaro Tangerang Selatan) maka penulis memberikan saran yaitu:

1. Untuk Morinaga Platinum, sebaiknya jarak *upload* konten di *channel* Morinaga Platinum waktunya tidaklah jauh. Lebih baik *upload* seminggu dua kali agar *channel* selalu *update*.
2. Untuk Morinaga Platinum, konten untuk anak dan konten untuk orang tua sebaiknya di *upload* bersamaan agar konten untuk orang tua dan konten untuk anak-anak seimbang.
3. Untuk Morinaga Platinum, lebih baik lagi merencanakan konten baru untuk *channel* nya agar tidak membosankan.
4. Untuk Ayo Main, sebaiknya ditambah untuk *event* bulanannya.
5. Untuk Ayo Main, lebih mengeksplorasi lagi ide bermain untuk anggotanya agar semakin menarik.