

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul Pengaruh Iklan Televisi *Handsanitizer* Sahaja versi Awali Niat Baik terhadap *Brand Awareness* di masa pandemi Covid – 19 yang dilakukan kepada Warga RW. 01 Kelurahan Cipete Selatan Kecamatan Cilandak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Iklan Televisi *Handsanitizer* Sahaja versi Awali Niat Baik terhadap *Brand Awareness* dan seberapa signifikan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Adapun hasil dari penelitian dan pembahasan penelitian, dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Iklan Televisi *Handsanitizer* Sahaja versi Awali Niat Baik secara keseluruhan responden merespon baik oleh responden (setuju) dari semua pernyataan variabel X di kuesioner penelitian, hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi jawaban responden (tabel 4.27) sebesar 3,02. Dari semua dimensi pada variabel X, ternyata dimensi *endorser* dengan indikator “Gaya bicara *talent* iklan *handsanitizer* Sahaja yang menceritakan tentang Awali Niat Baik menurut saya cukup menarik (X8)” memiliki nilai mean tertinggi, yaitu 3,22 dibandingkan dengan semua dimensi lainnya yang ada di variabel X. Isi dari dimensi *endorser* ialah memiliki tujuan untuk penggunaan tokoh

pendukung yang dapat digunakan sebagai pemeran iklan yang bertujuan untuk memperkuat pesan yang disampaikan.

2. Pada variabel *Brand Awareness* secara keseluruhan responden menjawab respon baik oleh responden (setuju) dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian, hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi jawaban responden (tabel 4.28) sebesar 3,11. Dari semua dimensi *Brand Awareness*, dimensi *Top of Mind* (Puncak Pikiran) dengan indikator “Apabila ditanya mengenai produk *handsanitizer* maka yang pertama kali langsung saya sebutkan adalah merek Sahaja (Y8)” memiliki nilai mean tertinggi, yaitu 3,42 dibandingkan dimensi lain dalam variabel Y. Isi dari dimensi *Top of Mind* merupakan upaya untuk membangun atau meningkatkan kesadaran merek perusahaan agar menjadi pilihan khalayak.
3. Pengaruh Iklan Televisi *Handsanitizer* Sahaja versi Awali Niat Baik sebesar 0,612 (*R Square*) yang artinya 61,2% memiliki pengaruh terhadap *Brand Awareness*, sementara sisanya yaitu 0,388 atau 38,8% dipengaruhi faktor lain diluar variabel penelitian ini. Nilai korelasi (*r*) sebesar 0,783 yang artinya Iklan Televisi *Handsanitizer* Sahaja versi Awali Niat Baik berpengaruh positif dan berhubungan kuat terhadap *Brand Awareness*. Hasil uji hipotesis diperoleh t hitung (11,672) > t tabel (1,291), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut, maka terdapat adanya pengaruh antara Iklan Televisi *handsanitizer* Sahaja terhadap *Brand Awareness* pada warga RW. 01 Kelurahan Cipete Selatan Kecamatan Cilandak.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian dan semua indikator yang diajukan, terdapat indikator yang paling lemah dalam setiap variabel. indikator “Pada iklan *handsanitizer* Sahaja alur cerita tersusun dengan baik dan mudah dipahami (X5)” memiliki mean terendah, yaitu 2,66 dibandingkan semua dimensi lainnya yang ada pada variabel X. Sebanyak 22 orang atau 25,0% menjawab tidak setuju, 53 orang atau 60,2% menjawab setuju, 13 orang atau 14,8% menjawab sangat setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini dapat dikarenakan alur cerita yang kurang tersusun sehingga khalayak yang menonton iklan televisi tersebut kurang memahami, perlu adanya konsep rangkaian gambar yang baik untuk memberikan visualisasi yang menarik dan mudah dipahami.

Dalam pernyataan nomor 17 (Y3) dengan indikator “Melalui iklan di televisi saya sangat terbantu untuk mengingat produk terbaru dari Sahaja kategori *handsanitizer* (Y3)” memiliki mean terendah, yaitu 2,60. Sebanyak 88 orang dengan persentase 100% dapat diketahui bahwa 7 orang atau 8,0% menjawab sangat tidak setuju, 27 orang atau 30,7% menjawab tidak setuju, 48 orang atau 54,5% menjawab setuju, 6 orang atau 6,8% menjawab sangat setuju. Hal ini dapat dikarenakan pengenalan merek yang dilakukan *handsanitizer* Sahaja masih kurang dalam memberikan bantuan kesadaran kepada khalayak, perlu adanya bantuan lebih dalam beriklan di televisi untuk menciptakan tingkat minimal kesadaran produk *handsanitizer* Sahaja.

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang iklan televisi dan *brand awareness* dengan tujuan penelitian yang lebih luas lagi. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti *handsanitizer* Sahaja dengan variabel dan populasi yang berbeda.