

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapat berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Pada variabel X yakni media sosial sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah X8 dimensi *Top of Mind* dengan mean paling tinggi sebesar 3,27. Dimana responden menjawab bahwa Ketika saya menginginkan dessert box maka saya akan langsung mengingat Bittersweet by Najla dengan jawaban sangat setuju sebanyak 39, setuju sebanyak 50, tidak setuju sebanyak 8 dan sangat tidak setuju sebanyak 3.
2. Pada variabel Y yakni *brand awareness* sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah Y8 dimensi evaluasi alternatif dengan mean paling tinggi sebesar 3,37. Dimana responden menjawab bahwa responden mengenali *Bittersweet by Najla* sebagai *brand dessert box* dengan jawaban sangat setuju sebanyak 43, setuju sebanyak 53, tidak setuju sebanyak 2, dan sangat tidak setuju sebanyak 2.
3. Terdapat pengaruh antara media sosial TikTok terhadap brand awareness Bittersweet by Najla sebesar 0.530 atau 53%. Artinya media sosial TikTok berpengaruh kuat terhadap *brand awareness Bittersweet by Najla*.

B. Saran

- a. Dari semua indikator yang diajukan pada penelitian di variabel Y, terdapat indikator yang paling lemah dengan rata-rata nilai 2,09 indikator ini dapat dilihat dari hasil pernyataan nomor 3 pada variabel Y dimana 57

responden menyatakan tidak setuju dan 22 responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa mereka merasa ragu telah mengenal *Bittersweet by Najla*, 15 responden menyatakan setuju dan 6 responden menyatakan. Maka diharapkan kedepannya lebih digencarkannya konten yang dapat menambah brand awareness *Bittersweet by Najla* seperti konten yang sedang trend agar audience tertarik dengan konten *Bittersweet by Najla* agar brand awareness *Bittersweet by Najla* lebih merata.

- b. Dari semua indikator yang diajukan pada penelitian di variabel X, terdapat indikator yang paling lemah dengan rata rata 2,64 indikator ini dapat dilihat dari hasil pernyataan nomor 4 pada variabel X dimana Merasa tertarik dengan postingan *Bittersweet by Najla* sehingga saya mengikuti akun *Bittersweet by Najla* agar mendapatkan informasi terbaru tentang *Bittersweet by Najla* dimana 7 orang menyatakan sangat tidak setuju, 38 orang menyatakan tidak setuju, 37 orang menyatakan setuju dan 18 orang menyatakan sangat setuju. Maka diharapkan kedepannya lebih diperhatikan trend trend yang sedang ada agar konten yang di buat lebih menarik serta tetap memerhatikan informasi yang terkandung didalamnya agar konsumen tetap mengetahui informasi terbaru *bittersweet by najla* walaupun konten yang dibuat dikemas mengikuti trend yang ada.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas tentang media sosial TikTok dengan brand awareness dengan tujuan agar penelitian berikutnya dapat melengkapi penelitian ini.

