

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki 3 tujuan yaitu mengetahui Iklan Web Series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ pada *followers* Instagram @Toyotaid, Mengetahui *Brand image* Toyota All New Veloz pada *Followers* Instagram @Toyotaid dan juga untuk mengukur Pengaruh *Cognitive* pada Iklan Web Series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ terhadap Brand Image Toyota All New Veloz pada *Followers* Instagram @Toyotaid. Dengan terlaksananya penelitian ini, dapat menjawab tujuan dari penelitian ini dan juga ditarik kesimpulan dari apa yang telah di teliti :

1. Pada variabel Iklan Web Series (X) rata rata responden merespon dengan baik (setuju). Dapat dilihat dari hasil rekapitulasi variabel X memiliki rata – rata sebesar 22,60. Dengan mengukur variabel X berdasarkan teori yang digunakan data tertinggi adalah pernyataan 5 yang memiliki pernyataan pada dimensi *Advertising Execution Thought* yang memiliki pernyataan “Setelah menonton Iklan Web Series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ saya sadar bahwa All New Veloz memiliki fitur yang canggih” yaitu sebanyak 3,32 karena terbukti dengan adanya web series tersebut penonton melihat bahwa fitur dalam Toyota All New Veloz sangat canggih dengan adegan dalam web series memperlihatkan kecanggihan mobil Toyota All New Veloz.
2. Pada variabel Y yaitu *Brand image* rata rata responden pun merespon dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari hasil rekapitulasi variabel Y memiliki rata – rata sebesar 3,24. Teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y *Brand image* memiliki data tertinggi yaitu pada dimensi *Uniqueness of brand association* pernyataan 6 dengan pernyataan “All New Veloz

cocok dikatakan sebagai mobil keluarga karena dapat mengangkut 7 orang penumpang” dengan nilai 3,33.

3. Setelah dilakukan perhitungan, terdapat pengaruh yang kuat antara Iklan Web Series dan *Brand image*, hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan penelitian ini bahwa nilai t hitung pada penelitian ini adalah 6,41997 yang lebih besar dari nilai t tabel pada penelitian ini yaitu 1,67022. Karena t hitung nilainya lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Iklan Web Series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ terhadap *Brand image* Toyota All New Veloz pada *followers* Instagram @Toyotaid. Data dari koefisien determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut sebesar 63,5%, sementara terdapat 36,5% sisanya di pengaruhi oleh factor lainnya di luar penelitian ini

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian berjudul “Pengaruh *Cognitive* pada Iklan Web Series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ Terhadap *Brand image* Toyota All New Veloz pada *followers* Instagram @Toyotaid” terdapat pernyataan dari indikator nilai terendah pada variabel X yaitu Iklan Web Series pada Nilai terendah pada pernyataan Dimensi Strengths of Brand Association pernyataan 7 yaitu “Mobil All New Veloz memiliki fitur yang lebih canggih dibandingkan mobil keluarga lainnya” memiliki angka rekapitulasi 3,13, pada iklan web series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa’ fitur canggih yang dimiliki Toyota All New Veloz tidak diperlihatkan dengan jelas detail dan fungsinya, maka dari itu disarankan untuk memberikan kemudahan penonton untuk memahami fitur tersebut dengan sederhana

Terdapat nilai rendah dari variabel Y yaitu Dimensi *Strengths of Brand Association* pernyataan 7 yaitu “Dapat mengangkut lebih banyak penumpang dibanding mobil keluarga lainnya” memiliki angka rekapitulasi 3,13, pada iklan web series ‘Perjalanan Terbaik Sepanjang

Masa' kelebihan mobil Toyota All New Veloz dalam mengangkut lebih banyak penumpang tidak diperlihatkan, maka dari itu hal yang sangat wajar jika penonton tidak mengetahui mobil Toyota All New Veloz dapat mengangkut banyak penumpang. Saran yang dapat diberikan yaitu penekanan keunggulan pada mobil All New Veloz.

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan tolak ukur atau landasan untuk penelitian selanjutnya mengenai "Pengaruh Cognitive Iklan Web Series 'Perjalanan Terbaik Sepanjang Masa' Terhadap *Brand Image* Toyota All New Veloz (Survei Pada *Follower* Akun Instagram @Toyotaid)" dengan menggambarkan aspek kuantitatif maupun kualitatif.