

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai daya tarik iklan, kesadaran merek, terhadap *brand attitude* Shopee pada mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik iklan Shopee pada mahasiswa Manajemen UBP setuju bahwa Shopee menarik hati konsumen dalam menampilkan sebuah iklan dengan daya tariknya.
2. Variabel kesadaran merek Shopee pada mahasiswa Manajemen UBP setuju bahwa mereka mengiyakan, sadar merek ketika mereka akan memilih sebuah brand pada merek terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk.
3. Variabel *brand attitude* Shopee pada mahasiswa Manajemen UBP setuju yang artinya mereka menunjukkan sikap senang dan mempunyai keinginan untuk percaya pada Shopee
4. Didapatkan bahwa variabel daya tarik iklan X1 berpengaruh positif sebesar 65,6% terhadap *brand attitude* Y Shopee pada mahasiswa Manajemen UBP
5. Didapatkan bahwa variabel kesadaran merek X2 berpengaruh positif sebesar 78,3% terhadap *brand attitude* Y Shopee pada mahasiswa manajemen UBP
6. Didapatkan bahwa variabel daya tarik iklan X1 dan kesadaran merek X2 yang secara simultan bersama - sama berpengaruh positif sebesar 66,5% terhadap *brand attitude* Y Shopee pada mahasiswa Manajemen UBP.

5.2 Saran

Berikut ini saran – saran yang diberikan:

1. Untuk meningkatkan daya tarik iklan Shopee, sebaiknya perusahaan juga perlu memperhatikan dan menangani indikatornya seperti pada keinformatifan iklan tersebut, yang bersifat menjelaskan dan memahami

informasi yang disampaikan ke konsumen. Yang menjelaskan kegunaan produk, bagaimana cara kerjanya, layanan yang di berikan perusahaan bagi konsumen lewat informasi yang diberikan iklan.

2. Diperlukan adanya peningkatan dalam memperhatikan dan mengenali minat audiens yang diinginkan.
3. Agar terus mempertahankan hubungan yang baik pada konsumen
4. Pengaruh positif pada daya tarik iklan terhadap sikap merek (*brand attitude*), memberikan dampak peningkatan pada Shopee. Namun diharapkan perusahaan mempertahankan daya tarik tersebut untuk mempengaruhi konsumen yang bisa menjadi salah satu perusahaan favorit belanja *online* dan dapat mengungguli kompetitornya.
5. Untuk meningkatkan kesadaran merek terhadap *brand attitude* Shopee perlu dibangun melalui iklan dan promosi yang dilakukan perusahaan
6. Pada daya tarik iklan dan kesadaran merek Shopee terhadap *brand attitude* bersama – sama memberikan pengaruh baik, namun agar selalu meningkat tajam maka diperlukan adanya sebuah konsep varian yang inovatif dan kreatifitas berbeda dalam benak konsumen