Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan tingkat signifikansi dan nilai f hitung yang tinggi yakni 205.678 > 3.24 f tabel dari data yang diperoleh, dapat diambil simpulan bahwa kredibilitas merek Tehbotol Sosro memengaruhi minat beli tenaga kerja di usia produktif pada kota Tangerang Selatan. Akan tetapi, angka per dimensi yang ada pada kredibilitas merek maupun variabel x itu sendiri tergolong sedang bahkan rendah.

Meskipun menggunakan taraf kesalahan sebesar 5%, setiap dimensi yang diuji dengan minat beli (variabel y), mempunyai arti berpengaruh rendah menurut tabel dari Jackson di bab sebelumnya. Masing-masing angka tersebut adalah 28%, 33.8%, dan 34.6% untuk dimensi *Expertise, Trustworthiness,* dan *Likability/Attractiveness.* Hal ini dapat dinilai cukup buruk bagi pihak Tehbotol Sosro dan disimpulkan bahwa kredibilitas merek yang telah dibangun bertahun-tahun mulai meredup.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5.2 Saran

Saran terbagi dua yaitu saran akademis dan saran praktis. Saran merupakan kritik membangun yang ditujukan kepada akademi dan objek penelitian yang diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian/studi berikutnya.

5.3 Saran Akademis

Penelitian ini bisa menjadi dasar untuk menuju penelitian berikutnya dalam Strata 2. Sementara dalam aplikasinya di kurikulum, penelitian ini dapat dijadikan acuan serta bukti nyata untuk mata kuliah yang berhubungan dengan merek missal kredibilitas merek dan perilaku konsumen, mata kuliah *Statistical Product and Service Solutions* juga dapat diadakan untuk mahasiswa.

5.4 Saran Praktis

Berikut saran yang dapat diberikan untuk PT Sinar Sosro:

Agar berpengaruh tinggi, kualitas dan mutu teh harus ditingkatkan. Pilihlah ahli teh Indonesia untuk belajar ilmu teh lebih dalam lagi dan diaplikasikan dalam pembuatan. Publikasikan dan PR-kan teh serta ahli tersebut agar tidak kalah dalam inovasi baru.
PT Sinar Sosro disarankan lebih menggalakkan publikasi PR Tehbotol Sosro, terutama dalam iklan tentang kesehatan, agar publik lebih sadar lagi akan kehadiran teh siap minum nomor satu ini, dan tidak kalah saing dengan teh lain.
Lakukan lebih banyak inovasi terutama dalam PR Digital misalnya untuk lebih mudah menjangkau konsumen melalui aplikasi pintar.

PT Sinar Sosro diharuskan memperbaiki dan meningkatkan kredibilitas merek agar minat beli masyarakat meningkat. Berangkat dari teori kredibilitas merek dan respon konsumen, baiknya PT Sinar Sosro juga memikirkan inovasi rasa untuk masa depan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA