



### **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.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan ini, hasil uji anovea menunjukkan bahwa nilai signifikasi adalah 0,000 yang berarti angka tersebut lebih kecil dari 0,005. Maka  $H_0$  (Tidak terdapat pengaruh Jingle Shopee versi “Baby Shark” terhadap *Brand Awareness* perusahaan Shopee) ditolak dan  $H_a$  (terdapat pengaruh Jingle Shopee versi “Baby Shark” terhadap *Brand Awareness* perusahaan Shopee) diterima. Nilai yang ditunjukkan dari hasil uji *R square* menunjukkan 0,278 berarti Jingle Shopee versi “Baby Shark” mengambil peran dalam mempengaruhi *Brand Awareness* perusahaan Shopee sebesar 27,8%

72,2% yang terdiri dari hal-hal yang mempengaruhi *Brand Awareness* perusahaan Shopee tentunya bukanlah Jingle Shopee versi “Baby Shark” namun hal-hal tersebut tidak termasuk/tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini dapat menyatakan Jingle Shopee versi “Baby Shark” memiliki hubungan positif dengan *Brand Awareness* perusahaan Shopee.

Lebih spesifiknya lagi adalah Jingle Shopee versi “Baby Shark” mempengaruhi *Brand Awareness* perusahaan Shopee sebanyak 27,8%.

## 5.2. Saran

Dengan penelitian ini, para pelaku bisnis terutama Shopee disarankan untuk menerapkan lebih banyak metode lagi untuk mengangkat *Brand Awareness* perusahaannya. Karena meskipun jingle mempengaruhi *awareness* perusahaan namun dapat dilihat sendiri bahwa pengaruhnya kurang cukup besar.

Bukan berarti metode Jingle ini harus ditinggalkan, namun gunakan metode-metode lainnya sehingga tidak hanya berakhir di 27,8% saja. Mungkin menggunakan metode-metode lain untuk meningkatkan *Brand Awareness* hingga jika dilakukan semua dan dijumlahkan dapat mencapai angka yang diinginkan.

## 5.3. Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk lebih memperdalam penelitiannya misalnya hal apa saja yang dapat dipengaruhi oleh Jingle/yang membengaruhi *Brand Awareness* lalu pilih beberapa hal tersebut sehingga terdapat lebih dari 1 variabel terikat/dependen (Y) atau 1 variabel bebas/dependen (X) sehingga mahasiswa akan mampu mendapatkan hasil yang lebih baik lagi dalam kegiatan ilmiah yang akan datang. Selain itu jangan takut salah dalam melakukan penelitian, karena penelitian sendiripun bertujuan untuk mencari jawaban/memecahkan suatu masalah.

#### 5.4. Saran Praktis

Bagi perusahaan Shopee, diharapkan untuk kedepannya supaya dapat lebih memperdalam penggunaan jingle sebagai salah satu metode pemasaran Shopee atau mungkin dapat memperluas lagi metode pemasarannya khususnya untuk *Brand Awareness* supaya hasil dari metode pemasaran dapat menjadi maksimal karena menurut penelitian ini metode menggunakan Jingle khususnya Jingle Shopee versi “Baby Shark” ini ternyata hanya mempengaruhi Brand Awareness sebesar 27,8% alangkah baiknya jika metode pemasaran lebih diperluas dan diperdalam supaya dapat memberikan hasil yang lebih besar atau maksimal.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA