



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

#### 5.1 Simpulan

Penelitian berjudul “Pengaruh *Product Placement* Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap *Brand Image*” ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *product placement* permen Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap *brand image*, serta mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel *product placement* terhadap *brand image*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada tabel di atas nilai Sig. (0,000) < 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi pada uji regresi linear sederhana, dapat dibuktikan bahwa *product placement* memberikan kontribusi sebesar 40,3% terhadap *brand image*. Sementara 59,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.
3. Prediksi nilai *brand image* permen Kopiko yang dipengaruhi oleh *product placement* dalam Drama Vincenzo akan mengalami kenaikan sebesar 20,285 satuan ditambah dengan 0,317 dalam setiap peningkatan satu satuan. Bentuk persamaan regresinya, yaitu  $Y = 20,285 + 0,317 X$ .

Berdasarkan data dan analisis dari peneliti, didapatkan hasil bahwa *product placement* Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo memberikan pengaruh terhadap *brand image* Kopiko.

## 5.2 **Saran**

### 5.2.1 **Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian, saran akademis yang dapat diberikan adalah agar penelitian selanjutnya yang menggunakan topik terkait dapat menggunakan metode penelitian kualitatif agar mendapatkan hasil yang lebih mendalam. Hal ini dikarenakan pastinya ada faktor lain yang memengaruhi *brand image* permen Kopiko di benak konsumen. Dengan riset kualitatif, diharapkan penelitian berikutnya dapat mengetahui apa yang perlu dipertahankan dan apa yang perlu dikembangkan dari *product placement* tersebut. Selain itu, penelitian kuantitatif selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain agar dapat menunjukkan aspek lain yang mempengaruhi *brand image*.

### 5.2.2 **Saran Praktis**

Dari data yang didapatkan, strategi *product placement* Kopiko di dalam Drama Korea Vincenzo berkontribusi dalam meningkatkan *awareness* penonton terhadap merek Kopiko itu sendiri. Hal ini juga dipengaruhi budaya Korea khususnya Drama Korea yang sedang naik daun dan digemari oleh banyak masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, kedepannya Kopiko dapat melakukan strategi *product placement* di beberapa Drama Korea lainnya. Tentunya, perlu dipertimbangkan juga jalan cerita dan potensi kesuksesan drama sehingga tidak salah pilih dan mendapatkan hasil yang maksimal.