

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yakni dengan judul penelitian Pengaruh Terpaan Iklan Shopee COD terhadap Brand Awareness Shopee di Kalangan Mahasiswa IKHAC, adalah :

1. Berdasarkan hasil analisis statistik, ditemukan bahwa iklan Shopee COD memiliki paparan yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa Universitas KH Abdul Chalim. Temuan ini secara jelas menunjukkan bahwa para mahasiswa sering kali terpapar oleh iklan Shopee COD. Hal ini dibuktikan dengan tingginya persentase indikator frekuensi dalam variabel Terpaan Iklan Shopee COD. Sering dengan berulangnya terpaan iklan ini, dampaknya dapat membentuk persepsi dan sikap mahasiswa terhadap merek Shopee.
2. Tingkatan kesadaran merek (brand awareness) Shopee dikalangan mahasiswa Universitas KH Abdul Chalim berada pada tingkat yang signifikan, menduduki peringkat kedua tertinggi. Hal ini dinyatakan oleh hasil persentase pada indikator Pengenalan Merek ( Brand Recognition) yang mencapai nilai tertinggi dalam variabel Brand Awareness. Data ini menggambarkan bahwa Shopee telah berhasil melakukan strategi promosi yang efektif untuk terus meningkatkan tingkat kesadaran akan mereknya di kalangan yang beragam.

3. Dari hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat Pengaruh Terpaan Iklan Shopee COD terhadap Brand Awareness Shopee di Kalangan Mahasiswa Universitas KH Abdul Chalim, yakni dengan pengaruh sebesar 46,7%. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien nilai korelasi (R) sebesar 0,684 dan *R Square* sebesar 0,467. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa  $\alpha_0$  atau hipotesis negatif (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Terpaan Iklan terhadap Brand Awareness) ditolak dan  $\alpha_1$  atau hipotesis positif (terdapat pengaruh yang signifikan antara Terpaan Iklan Shopee COD terhadap Brand Awareness Shopee) diterima. Diterimanya  $\alpha_1$  dijelaskan karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu dengan nilai  $8,888 > 1,661$ .

## B. Saran

### 1. Saran Untuk Brand Shopee

Saran bagi merek (*brand*) Shopee untuk terus meningkatkan strategi pemasarannya, dalam hal ini adalah iklan. Meskipun menempati jajaran e-commerce dengan salah satu jumlah pengguna terbesar, tidak boleh menyurutkan semangat Shopee untuk terus melakukan promosi. Buatlah inovasi-inovasi baru dalam membuat iklan agar dapat terus eksis menjadi e-commerce yang besar sehingga dapat meningkatkan brand awareness (kesadaran merek) Shopee.

### 2. Saran Untuk Peneliti

Diharapkan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis untuk dapat mengembangkan penelitian serta menambah

kurangnya beberapa hal dalam penelitian ini, seperti menambah variabel independen sehingga dapat memperkaya pengetahuan apa saja yang menjadi variabel pengaruh yang mempengaruhi brand awareness.

