

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tanggapan responden pada variabel *Advertising* Media Televisi secara umum responden memiliki persepsi yang **baik**. Penilaian responden dengan skor tertinggi pada dimensi daya tarik artis pendukung iklan sedangkan skor terendah pada dimensi ketepatan iklan dengan tujuan, kejelasan isi pesan iklan, dan kesesuaian desain gambar dan warna.
2. Tanggapan responden mengenai *Brand Awareness* secara umum responden memiliki persepsi yang **baik**. Penilaian responden dengan skor tertinggi pada dimensi *recall* (mengingat kembali merek produk fanta) sedangkan skor terendah pada dimensi *top of mind* (merek utama dalam benak konsumen).
3. *Advertising* Media Televisi Fanta memiliki korelasi/hubungan yang positif dan **kuat** dengan *Brand Awareness* Fanta atau dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat direkomendasikan hal sebagai berikut :

1. Berkenaan dengan *Advertising Media Televisi*, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dimensi ketepatan iklan dengan tujuan, kejelasan isi pesan iklan dan kesesuaian desain gambar dan warna memperoleh skor terendah dari penilaian responden. Oleh karena itu, Fanta harus meningkatkan usaha berkomunikasi dengan konsumen, selain melalui media email, web site, surat, dan telepon. Media promosi yang lain radio, surat kabar, pamphlet akan lebih membantu meningkatkan *awareness* responden.
2. Berkenaan dengan *brand awareness*, berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dimensi *top of mind*, mengenai posisi merek Fanta pada benak responden memperoleh penilaian responden dengan skor terendah. Oleh karena itu, Fanta harus meningkatkan kesadaran merek yang dapat menciptakan suatu nilai bagi perusahaan dan konsumen, karena dapat membantu proses peningkatan kesadaran merek Fanta. Melalui peningkatan kegiatan yang disponsori Fanta, memperluas program kegiatan diskusi atau dialog ke daerah-daerah, memberi hadiah pada lomba-lomba yang diadakan Fanta. Kesetiaan konsumen pada Fanta akan meningkat bila nilai kualitas Fanta terus ditingkatkan, maka konsumen akan mempunyai suatu kebanggaan menjadi konsumen Fanta.