

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *product placement* dan *brand image* terhadap *audience recall* pada *Web Serries Wedding Agreement* untuk produk Jenahara, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa *product placement* secara keseluruhan tergolong baik. *Visual Dimension* memiliki skor tertinggi dan tergolong baik yang menunjukkan bahwa *product placement* sudah cukup efektif untuk menarik perhatian audiens secara visual. Sedangkan, pada *Plot Connection Dimension* merupakan indikator dengan skor terendah tetapi masih tergolong baik yang menunjukkan bahwa *product placement* yang dilakukan sudah cukup menyesuaikan dengan cerita *Web Series Wedding Agreement* namun masih dapat ditingkatkan.
2. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa *brand image* secara keseluruhan tergolong baik. Dimensi *Citra Perusahaan* memiliki skor tertinggi dan tergolong baik yang menunjukkan bahwa Jenahara reputasi yang baik. Sedangkan, dimensi *Citra Produk* memiliki skor terendah dan tergolong baik yang menunjukkan bahwa produk Jenahara memiliki kualitas yang cukup baik namun terdapat aspek produk yang tidak maksimal.
3. Berdasarkan jawaban responden diketahui bahwa *audience recall* secara keseluruhan tergolong baik. Dimensi *Daya Tarik Selebriti* memiliki skor

tertinggi dan tergolong Sangat Baik yang menunjukkan bahwa penggunaan selebriti untuk mengiklankan produk dapat dianggap efektif. Sedangkan, dimensi Daya Tarik Humor memiliki skor terendah dan tergolong baik yang menunjukkan bahwa humor yang digunakan dalam *product placement* sudah dilakukan dengan baik namun terdapat hal yang belum maksimal.

4. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:
 - a. Dari hasil pengujian parsial variabel *product placement* terhadap *audience recall* dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan
 - b. Dari hasil pengujian parsial variabel *brand image* terhadap *audience recall* dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan
 - c. Dari hasil pengujian simultan variabel *product placement* dan *brand image* terhadap *audience recall* dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan

5.2 Saran

1. Berdasarkan jawaban responden pada *product placement* tergolong baik namun terdapat aspek-aspek yang masih dapat ditingkatkan. Sebaiknya, *Web Series Wedding Agreement* perlu untuk lebih menghubungkan *product placement* yang dilakukan pada alur cerita agar *product placement* tidak memiliki kesan negatif yang pada audiens.

2. Berdasarkan jawaban responden pada *brand image* tergolong baik namun terdapat hal-hal yang masih dapat ditingkatkan agar maksimal. Jenahara perlu untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan produk agar memiliki reputasi yang lebih baik pada konsumennya.
3. Berdasarkan jawaban responden pada *audience recall* tergolong baik namun terdapat hal-hal yang dapat ditingkatkan. Sebaiknya, *Web Series Wedding Agreement* perlu untuk memberikan humor pada *product placement* yang sesuai dengan alur cerita dan produk yang diiklankan untuk memaksimalkan daya tarik yang membuat audiens tertarik dan mengingat produk yang diiklankan.