

BAB V

KESMIPULAN DAN SARAN

4.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode analisis PLS untuk menganalisis Kesadaran Merek pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN ‘Veteran’ Jawa Timur, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Iklan dapat memberikan kontribusi terhadap Kesadaran Merek pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN ‘Veteran’ Jawa Timur. Semakin baik Iklan maka akan meningkatkan Kesadaran Merek.
2. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth* dapat memberikan kontribusi terhadap Kesadaran Merek pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN ‘Veteran’ Jawa Timur. Semakin baik *Word Of Mouth* maka akan meningkatkan Kesadaran Merek.

4.6 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan antara lain sebagai berikut :

1. Iklan susu UHT Indomilk sudah dapat dikatakan baik dengan alasan pesan dalam iklan dapat tersampaikan dengan baik, mudah diingat dan dipahami oleh konsumen. Harapannya untuk perusahaan dapat mempertahankan konsistensi dan mengontrol kualitas iklannya agar pesan dalam iklan dapat tersampaikan sehingga meninggalkan kesan yang baik dan menyenangkan dari konsumen.
2. Perusahaan Indomilk diharapkan bisa menjaga kualitas *Word Of Mouth* yang sudah baik dengan pelanggan khususnya di media sosial. Mendengarkan dan belajar dari percakapan pelanggan tentang keluhan ataupun saran akan sangat berguna untuk masa depan perusahaan dan membuat hubungan jangka panjang yang kuat.
3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel tambahan yang belum ditampilkan dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi hubungan dengan Kesadaran Merek.