

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian terkait dengan “Pengaruh Desain Merek Terhadap Tingkat *Brand Awareness* Pada *Social Media Marketing Followers* CRSL”, telah dilakukan penelitian dan analisis data berdasarkan kajian teori, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang kuat antara variabel desain merek CRSL terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL yang dapat dilihat dari hasil uji koefisien korelasi dengan rumus *Pearson Product Moment* mendapatkan hasil sebesar 0,647.
2. Desain merek CRSL memberikan pengaruh terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL yang telah diuji melalui uji regresi linier sederhana, dan mendapatkan nilai yang positif sebesar 1,023.
3. Pencapaian tingkat ketertarikan *followers* CRSL terhadap desain merek telah mencapai “*Top of Mind*“. Hal tersebut dibuktikan dari semua hasil olahan data 100 responden pengikut Instagram @crsl.store memberikan respon yang memiliki pengaruh signifikan dengan kesanggupan responden mengingat kembali keberadaan merek CRSL.

Hasil dari penelitian ini menjawab rumusan masalah yang terdapat pada pertanyaan BAB I, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan pada desain merek CRSL terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL. Hal ini dapat dilihat melalui uji T, dengan nilai t hitung sebesar 8,402 yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan pada desain merek CRSL terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, ditemukan bahwa aspek desain setiap karakter pada produk CRSL memiliki desain unik dan lucu memberikan pengaruh yang tinggi terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL. Hal tersebut ditunjukkan dalam kuesioner yang tercatat 85 responden dengan persentase 85% memberikan respon **sangat setuju** memiliki nilai rata-rata sebesar 3,85.

Sedangkan aspek paling rendah pengaruhnya terhadap tingkat *brand awareness followers* CRSL adalah penggunaan huruf atau tipografi yang diaplikasikan pada produk CRSL. Hal tersebut ditunjukkan dalam kuesioner, tercatat hanya 59 responden dengan persentase 59% yang memberikan respon **sangat setuju** memiliki nilai rata-rata 3,55.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi CRSL, perlu meningkatkan lagi kreatifitas dalam pembuatan desain tipografi atau teks yang diterapkan pada produk. Selayaknya teks harus memiliki keselarasan dengan visual sehingga menarik untuk dipandang oleh mata. Maka CRSL membutuhkan kreasi baru sehingga konsumen dan/ atau calon konsumen memiliki ketertarikan dalam melihat desain tipografi atau teks tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk kedepannya bisa meneliti lebih banyak variabel independen. Dalam penelitian ini hanya melibatkan satu variabel independen yaitu desain merek CRSL, sehingga jika dilanjutkan meneliti lebih banyak variabel independen dapat melihat lebih luas aspek-aspek lain yang dapat mempengaruhi tingkat *brand awareness followers*.