

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh aktifitas promosi terhadap *brand awareness* terdapat beberapa kesimpulan yang akan disampaikan oleh penulis, diantaranya adalah peneliti mendapatkan hasil uji hipotesis dengan nilai t-hitung 13,412 dan nilai signifikan 0,000 dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dengan begitu dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa terdapat sebuah pengaruh yang positif antara aktifitas promosi (*product, place, price, promotion*) dengan *brand awareness* (*top of mind, brand recall, brand recognition, unaware of brand*)

Responden yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah mereka yang sudah layak dan masuk kedalam tahapan pertanyaan saringan pada saat mengisi kuesioner. Dimana pertanyaan saringan tersebut terdiri dari responden merupakan *player* game pubg mobile dan merupakan *followers* akun @pubgmobile_id. Diantaranya adalah kategori usia 15-55, dimana didominasi oleh usia 15-2 tahun sebanyak 96%, jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang didominasi oleh perempuan sebanyak 53%, dengan *background* pendidikan terakhir SMA/MK, Sarjana, Diploma dan Master/Doktor. Namun hal tersebut didominasi oleh responden dengan Pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 67%. Pada kategori pertanyaan informasi yang ditunggu hal tersebut didominasi oleh responden yang menjawab informasi update skin terbaru sebanyak 52%. Lama bermain game didominasi kurang dari 6 jam sebanyak 70%

Aktifitas promosi dapat dikatakan berhasil karena penilaian indikator *promotion mix* mendapatkan mean 3,28 yang mana lebih besar dari 2,50 dan kurang dari sama dengan 4,00 dari banyaknya indikator *promotion mix* (*product, place, price, promotion*), indikator *place* yang mendapatkan hasil mean sebesar 3,3% pernyataan yang tertera adalah membahas mengenai akun @pubgmobile_id merupakan akun resmi untuk area Indonesia. Jawaban dengan kecenderungan setuju sebanyak 96%. Di sisi lain *brand awareness* ini ditinjau sesuai indikator yang ada dan memperoleh hasil mean 3.32%.

Dari banyaknya indikator *brand awareness* yang terdiri dari (*top of mind, brand recall, brand recognition, unaware of brand*) hasil tertinggi didapatkan oleh *brand recognition* dengan pertanyaan yang menjelaskan responden mengenali akun @pubgmobile_id saat melihat logo profil. Indikator ini menghasilkan mean sebesar 3,32%. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator *brand recognition* sesuai dengan kelas interval yang ada, karena hasil mean keseluruhan memperoleh hasil diatas 2,50 dan kurang dari sama dengan 4,00

Penelitian ini dapat dinyatakan valid karena r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,165), kemudian reliabel karena koefisien reliabilitas dengan *Cronback's Alpha* lebih besar dari 0,6. Penelitian ini juga memiliki residua yang mana berdistribusi normal dan mendekati bentuk distribusi normal standar, karena angka signifikan sebesar 0,06 yang mana lebih besar dari 0,05. Selain itu variabel aktifitas promosi (X) dan variabel *brand awareness* (Y) linear secara signifikan karena memperoleh hasil 12,591 yang mana lebih besar dari 0,05 hal tersebut dapat dijabarkan bahwa aktifitas promosi berpengaruh positif terhadap *brand awareness*, karena nilai *brand awareness* 9,652 dan $X=0$, maka koefisien sejumlah 0,604

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh aktivitas promosi akun instagram @pubgmobile_id terhadap *brand awareness player* pubg mobile di indonesia peneliti hendak memberikan saran baik secara akademis dan juga praktis

V.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian yang selanjutnya, penelitian seperti ini dapat menggunakan pendekatan yang berbeda, yaitu dengan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode semiotika, RA, dll. Mengenai hal tersebut, dilakukan dengan bagaimana melihat fenomena ini dari sudut pandang lainnya. Bagaimana perusahaan melakukan aktifitas promosi untuk *brand awarness*.

V.2.2 Saran Praktis

Saran peneliti kepada akun instagram @pubgmobile_id perlu mempertahankan dan meningkatkan konten-konten update setiap harinya meskipun sudah bagus harus ada yang baru lagi, selain itu akun instagram @pubgmobile_id juga dapat membuat konten yang belum ada agar *player* pubg mobile yang menjadi sasaran semakin tertarik dan mengingat akun instagram @pubgmobile. Selalu mengedepankan kepentingan para *player* seperti memberikan informasi-informasi seputar game pubg.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

1. Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiati., & Karlina, Siti. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatam Media
2. Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
3. Effendi, Sofian. (2006), *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES Indonesia
4. Kriyantono, Rahmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: PT. Kencana Perdana
5. Kustiawan, andri arif. (2019). *Jangan Suka Game Online Pengaruh Game Online Dan Tindakan Pencegahan*, Magetan:CV. AE Media Grafika
6. McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
7. Nurudin, (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
8. Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: Refika Aditama
9. Sujarweni, wiratna. (2015). *SPPS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
10. Moerdijati, Sri. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
11. Otler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

12. Danang Sunyoto. 2013. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
13. Durianto, Sugiarto, dan Sitinjak. (2001). Strategi menaklukan pasar: melalui
14. Priansa, Donni.(2017).Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial. Bandung: Pustaka Setia
15. Shimp, Terence.A.J Craig. (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta:Erlangga

Jurnal

1. Indika, Deru R (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. Jurnal Bisnis Terapan. Vol.01 No.01* Universitas Padjadjaran, Bandung
2. Fauzi,Ach. (2019). *Pengaruh Game Online Pubg (Player Unknown's Battle Ground) Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. ScienceEdu Vol.II No.1* Universitas Jember
3. Kurniawan, Drajar Edy. (2017). *Pengaruh Intensitas Bermain Game Online Terhadap Perilaku Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas Pgri Yogyakarta. Jurnal Konseling GUSJIGANG. Vol 3. No.1.* Universitas PGRI Yogyakarta
4. Wahyuni,Sri. (2019) *Pengaruh Konten Instagram @Smrfoodies Terhadap Minat Beli Followers. eJournal Ilmu Komunikasi. Vol.7. No.1.* Universitas Mulawarman
5. Christian, Yohanes., Nugraheni, Yuli dam Djoko, Judy. (2015). *Sikap penonton remaja surabaya mengenai peringatan bahaya merokok 2014 pada*

iklan di medium televisi. Jurnal Komunikatif Vol.4 No.2 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Wijaya, Akbar Nugroho. (2016). *Kajian Teori Nilai Konsumsi Terhadap Pembelian Barang Virtual Pada Game Online Moba The Study Of Theory Of Consumer Value Towards The Purchase Of Virtual Goods In Online Games Moba. Jurnal Management Vol 3, No 1. Universitas Telkom.*
7. Mileva, Lubiana. (2018) *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan Line). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 58 No. 1. Universitas Brawijaya Malang*
8. Anza, Muhammad. (2018). *Pengaruh bauran promosi dan brand awareness terhadap minat beli topi kulit eervoleather Vol.1 No.1.*
9. Alfiandi. (2016). *Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru Vol.2 No.1.*
10. Mohammad dan Niketut. (2016). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand awareness Traveloka. Vol.5.No.8.*

Internet

1. <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
2. <https://www.indosport.com/esports/20200809/berguna-cara-mudah-dapatkan-skin-pakaian-langka-di-pubg-mobile>
3. <https://ggwp.id/media/esports/pubg-mobile/skin-termahal-pubg-mobile>
4. <https://ponselsoak.com/senjata-termahal-hingga-termurah-di-pubg-mobile/>
5. <https://databoks.katadata.co.id/>.