

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian mengenai masalah pengaruh *tagline* dan *celebrity endorse* terhadap *brand awareness* konsumen pada produk Downy di kelurahan tua karya pekanbaru, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain :

1. Variabel *tagline* berpengaruh positif terhadap *brand awareness* produk Downy. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan tingkat kesalahan dibawah 5%, maka hipotesis adanya pengaruh *tagline* terhadap *brand awareness* secara parsial dalam penelitian ini diterima.
2. Variabel *celebrity endorse* berpengaruh positif terhadap *brand awareness* produk Downy. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dengan tingkat kesalahan dibawah 5%, maka hipotesis adanya pengaruh *celebrity endorse* terhadap *brand awareness* dalam penelitian ini diterima.
3. Variabel *tagline* dan *celebrity endorse* secara simultan berpengaruh positif terhadap produk Downy. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar daripada F tabel. Nilai R sebesar 0,792 berarti terdapat hubungan antara *tagline* dan *celebrity endorse* terhadap *brand awareness* produk Downy sebesar 79,2%. Nilai R Square 0,627 berarti sebesar 62,7% *tagline* dan *celebrity endorse* dapat mempengaruhi *brand awareness* Downy

sementara sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

6.2 Saran

1. *Tagline* menjadi suatu kalimat yang dapat mewakili kualitas dari produk, maka sebaiknya produsen pewangi dan pelembut pakaian merek Downy harus selalu menjaga kualitas dari produk yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan *tagline* yang digunakan yaitu “Pelembut No 1 Di Dunia”.
2. Perusahaan disarankan untuk memilih *celebrity endorse* yang tepat karena fungsinya adalah mewakili produk yang diiklankan. Ketertarikan terhadap seorang *celebrity endorse* diharapkan akan mempengaruhi keinginan Masyarakat untuk lebih mengenal merek Downy. Selain itu *celebrity endorse* juga berfungsi mewakili citra merek produk yang diiklankannya.
3. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *brand awareness* yang dihasilkan oleh sebuah produk sehingga *brand awareness* yang digunakan dapat dikenal dengan baik oleh konsumen dari berbagai penjuru dunia.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.