

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:

- $H1 = \text{Sikap Konsumen (Y)} = 0.447 \text{ Product placement (X)} + 0.877e$

#### **Hipotesis 1 Diterima**

- $H2 = \text{Brand recall (Y')} = 0.743 \text{ Product placement (X)} + 0.709e$

#### **Hipotesis 2 Diterima**

- $H3 = \text{Sikap Konsumen (Y)} = 0.088 \text{ Product placement (X)} + 0.483 \text{ Brand recall (M)} + 0.780e$

#### **Hipotesis 3 Diterima**

Hipotesis diatas sesuai dengan syarat dan kondisi dari asumsi Baron dan Kenny tentang variabel mediasi, dalam penelitian ini dinyatakan variabel *brand recall* yang merupakan variabel mediasi secara sempurna (*fully mediation*) memediasi pengaruh yang terjadi antara variabel *product placement (X)* terhadap variabel sikap konsumen (Y) secara garis lurus.

2. Berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan bahwa sampel pada penelitian ini mengenai strategi *product placement* yang dilakukan dalam drama korea terjadi *gap* teori yang sama seperti para peneliti terdahulu.
3. *Product placement* menimbulkan pembentukan efek yang positif maupun negatif terhadap sikap konsumen. Efek positif ditunjukkan lebih banyak, seperti munculnya kesadaran merek, keinginan membeli hingga munculnya loyalitas dari pengguna Samsung, dengan efek negatif, yakni masalah intensitas *placement handphone* Samsung yang terlalu berlebihan mengakibatkan ketergangguan bagi penonton.
4. Drama korea berkontribusi terhadap naiknya citra merek Samsung melalui *product placement*.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

### **5.2.1 Saran Untuk Perusahaan**

1. Perusahaan perlu merevaluasi strategi *product placement* yang digunakan. Samsung harus memperhatikan efek negatif dari intensitas berlebih pada penyisipan di alur cerita yang membuat konsumen terganggu.
2. *Handphone* Samsung merupakan *handphone* dengan konsumen paling banyak anak muda. Agar mereka tetap loyal Samsung, perusahaan perlu membuat strategi *product placement* yang lebih kreatif.

3. Samsung harus memperluas segmentasi dengan menggunakan strategi *product placement* yang tidak hanya lewat drama korea sehingga segmen lebih meluas.

### **5.2.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang**

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut strategi *product placement* terhadap media yang lain seperti film ataupun sinetron televisi sehingga dapat diketahui apakah terdapat perbedaan hasil penelitian terhadap media yang berbeda untuk strategi *product placement*.
2. Penyebaran kuisioner hanya dalam beberapa daerah, untuk penelitian selanjutnya penyebaran bisa dilakukan lebih luas lagi dengan aspek seluruh Indonesia sehingga lebih terlihat pengaruh sikap konsumen yang lebih variatif.
3. Perluasan terhadap objek yang diteliti ataupun menguji produk atau merek yang lainnya selain *handphone* Samsung juga harus dilakukan, agar diketahui lebih banyak lagi efek yang ditimbulkan dari strategi *product placement* terhadap merek atau produk.