

BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

Kesimpulan dan saran ini merupakan hasil dari penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kesadaran Merek Sebagai Mediasi (Studi Pada Produk MIZONE di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”**. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran akan diuraikan sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa kreativitas iklan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek konsumen produk minuman MIZONE di UMY, artinya jika kreativitas iklan meningkat maka kesadaran merek konsumen produk minuman MIZONE di UMY juga akan meningkat.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa kesadaran merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek konsumen produk minuman MIZONE di UMY, artinya jika kesadaran merek meningkat maka loyalitas konsumen produk minuman MIZONE di UMY juga akan meningkat.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa kreativitas iklan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek konsumen produk minuman MIZONE di UMY, artinya jika kreativitas iklan meningkat maka

loyalitas merek konsumen produk minuman MIZONE di UMY juga akan meningkat.

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh langsung kreativitas iklan terhadap loyalitas merek lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung, artinya kreativitas iklan mampu mempengaruhi loyalitas merek tanpa harus melalui keadaran merek sebagai mediasi.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini merupakan penelitian dengan bentuk survei dengan kuesioner tertutup, kelemahan dalam penelitian ini adalah ketidakkonsistenan jawaban responden jika penelitian dilakukan kembali.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang diuraikan diatas, penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1. Selain menggunakan kuesioner tertutup disarankan untuk menggunakan kuesioner terbuka agar didapat jawaban yang lebih akurat.
2. Sebaiknya menggunakan responden dengan jumlah yang lebih banyak dan wilayah penelitian yang luas agar dapat hasil yang lebih baik.'