

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut, adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian dengan menggunakan perhitungan *software* analisis statistik menggunakan aplikasi SPSS adalah sebagai berikut

1. Adanya pengaruh signifikan *marketing public relations shopee* (program *affiliate*) terhadap *brand awareness* Mahasiswa Bengkulu yang dibuktikan melalui nilai ($0 < 0,5$) signifikansi (sig) lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu angkatan 2018-2021
2. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil positif dengan nilai *koefisien regresi* 0,332 yang artinya jika skor *marketing public relations shopee* program *affiliate* (X) mengalami kenaikan 1 poin, maka skor *brand awareness* (Y) akan mengalami peningkatan 0,332.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka peneliti dapat memberikan saran, diantaranya sebagai berikut :

1. Saran Akademis

- a. Peneliti yang akan datang sebaiknya lebih menggali lagi mengenai strategi *marketing public relations* serta program *affiliate* dengan cara membaca buku serta referensi lainnya yang membahas *marketing public relations* serta program *affiliate* karna studi ini memiliki ruang lingkup yang luas.

b. Peneliti yang akan datang sebaiknya memperbanyak variabel lainnya agar hasil penelitian berikutnya dapat dilihat dan dinilai dari sudut pandang yang jauh lebih luas tentang *marketing public relations* program *affiliate* serta *brand awareness* sehingga dapat membantu perusahaan shopee dalam memperoleh informasi.

2. Saran Praktis

Diharapkan bagi Peneliti selanjutnya juga dapat meneliti faktor-faktor lain terkait pengaruh dari *marketing public relations* baik dilihat dari segi internal maupun eksternal. Kemudian untuk perusahaan shopee diharapkan dapat terus mengembangkan ide kreatif lainnya dengan mempertimbangkan banyaknya pesaing yang seelau mengikuti langkah dari program *affiliate*.