

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis pada data penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa sosial media instagram memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek (*brand awareness*) siswa dan siswi kelas 12 SMA N 1 Depok Sleman. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima yaitu Sosial media instagram bimbingan belajar online @ruangguru mempengaruhi kesadaran merek (*brand awareness*) siswa dan siswi kelas 12 SMA N 1 Depok Sleman pada tahun 2019. Dari keempat indikator sosial media instagram indikator *context* yang paling banyak memiliki pengaruh yang besar terhadap *brand awareness* yaitu sebesar 78% dan berada pada kategori tinggi sedangkan indikator lainnya seperti *communication*, *collaboration* dan *connection* berada pada kategori sedang.

Untuk variabel *brand awareness* yang didalamnya diukur melalui indikator *top of mind*, *brand recall* dan *brand recognition*. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa ruang guru tidak menjadi *top of mind* dikalangan siswa dan siswi kelas 12 SMA N 1 Depok karena di Indonesia sendiri terdapat beberapa bimbingan belajar online lainnya yang bisa dijadikan pilihan ketika mereka membutuhkan bimbingan belajar online selain itu para kompetitor dari ruang guru ini juga sudah lebih dulu muncul di Indonesia jika dibandingkan dengan ruang guru. sedangkan pada indikator *brand recall* dan *brand recognition* berada dalam kategori tinggi karena

pada responden yaitu siswa dan siswi kelas SMA N 1 Depok Sleman mampu mengenali, mengetahui dan mengingat tentang adanya bimbingan belajar online ruang guru.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka, disarankan beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Ruang Guru disarankan untuk lebih responsif terhadap pertanyaan yang diajukan oleh para pengikut di Instagram sehingga komunikasi yang berlangsung antara ruang guru dan para pengguna instagram bisa dilakukan dengan baik.
2. Bagi perusahaan Ruang guru disarankan agar lebih bisa membina hubungan dengan para konsumen. Sehingga dapat terciptanya rasa percaya dan konsumen akan loyal terhadap perusahaan. Selain itu dengan adanya perasaan loyal, para konsumen akan merekomendasikan produk ruang guru kepada kerabat terdekatnya maka akan adanya peningkatan brand awareness secara signifikan..
3. Bagi perusahaan ruang guru disarankan lebih meningkatkan lagi promosi sehingga, ruang guru bisa mencapai tingkatan top of mind dalam benak masyarakat secara luas.
4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan penelitian ini bisa dijadikan referensi dan dikembangkan pada variabel lainnya.