

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dalam Bab ini penulis mencoba menyimpulkan berdasarkan keseluruhan langkah-langkah dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian khususnya dalam mengukur efektivitas periklanan yang diukur dari segi *EPIC Model* adalah :

1. Berdasarkan *Model EPIC* diketahui dimensi *empathy* berada pada rentang skala efektif yaitu dengan nilai pada rentang skala 3,88. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut dapat memberikan informasi yang penting tentang daya tarik Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia dimata konsumen.
2. Hasil analisis dimensi *Persuasion* menunjukkan bahwa berdasarkan *Model EPIC* diketahui dimensi tersebut berada pada rentang skala efektif dengan nilai pada rentang skala 4,11. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dapat memperoleh pemahaman mengenai kemampuan suatu merek dalam iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia, sehingga iklan tersebut dapat memberikan informasi yang berharga tentang peningkatan atau penguatan suatu merek pada produk Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia bagi konsumen.

3. Hasil analisis dimensi *Impact* menunjukkan bahwa berdasarkan *Model EPIC* diketahui dimensi tersebut berada pada rentang skala efektif dengan nilai direntang skala 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia, dapat memberikan dampak mengenai pengetahuan suatu produk, sehingga iklan tersebut dapat melihatkan perbandingannya dengan merek lain pada kategori produk yang serupa.
4. Hasil analisis dimensi *Communication* menunjukkan bahwa berdasarkan *Model EPIC* diketahui dimensi tersebut berada pada rentang skala sangat efektif dengan nilai direntang skala 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dapat mengingat kekuatan pesan yang ditinggalkan iklan Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia, sehingga iklan tersebut dapat memberikan informasi tentang kemampuan konsumen dalam mengingat pesan utama yang disampaikan produk Sunsilk Co Creations versi tujuh pakar rambut dunia bagi konsumen.

B. Saran

Beberapa hal yang mungkin perlu dilakukan oleh pihak Sunsilk Co Creations dan Pihak lain yaitu :

1. Variabel *Communication* ternyata lebih dominan dibandingkan dengan variabel lainnya, hal ini berarti konsumen dapat mengingat pesan utama yang disampaikan iklan Sunsilk Co Creations. Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat mempertahankan variabel ini. Agar efektivitas iklan tetap baik, maka perusahaan harus berusaha meningkatkan variabel ini dengan lebih baik lagi, dengan cara memperbaiki beberapa hal yang dianggap kurang pada iklan Sunsilk Co Creations, seperti meningkatkan daya tarik produk serta pemilihan kalimat yang dianggap mudah diingat.
2. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat, untuk mencapai tujuan yang lebih tepat lagi, agar dapat meningkatkan kualitas iklan sehingga dapat lebih menarik perhatian konsumen dan mendorong penjualan dari iklan produknya, agar konsumen membeli dan menggunakan Sunsilk Co Creations.
3. Bagi pihak lain yang melakukan penelitian sejenis, kiranya dapat lebih dalam lagi menggali atau membahas mengenai iklan produk Sunsilk Co Creations.