



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro dan seberapa besar pengaruh dari *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro. Adapun cara yang dilakukan peneliti untuk mengetahui hal tersebut adalah dengan melakukan survei kepada 400 responden, yang kemudian hasilnya akan dianalisis menggunakan SPSS versi 20. Berikut adalah rangkuman simpulan dari hasil penelitian ini:

1. Hasil uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel *brand image* (Y), dengan membandingkan perhitungan dari F hitung dan F tabel. F hitung > F tabel dengan nilai sebesar $198,745 > 3,86$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang artinya $0,000 < 0,05$.
2. Hasil uji regresi pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel *brand ambassador* (X) dan variabel *brand image* (Y) saling berpengaruh dan memberikan kontribusi sebesar 33,3 %.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0: Tidak terdapat pengaruh antara *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro.

H1: Terdapat pengaruh antara *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro

Dari pernyataan di atas juga dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh antara *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro (terima H1, tolak H0). Pengaruh yang didapat dari *brand ambassador* Gong Yoo adalah sebesar 33,3 persen.

3. Uji pengaruh dimensi pada variabel independen (*brand ambassador*) terhadap variabel dependen (*brand image*) menunjukkan adanya pengaruh dengan hasil pada dimensi *congruence* sebesar 26,8%, dimensi *transference* sebesar 5,3%, dimensi *attractiveness* sebesar 2,1%, dimensi daya tarik sebesar 0,8%, dan tidak adanya pengaruh pada dimensi *power*.

5.2 Saran

Lewat hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti membagi saran penelitian menjadi dua jenis, yaitu saran akademis dan saran praktis. Berikut saran peneliti terhadap penelitian.

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, berikut saran yang dapat peneliti berikan kepada peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini.:

1. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan faktor-faktor lainnya, misalnya dengan menambahkan variabel keputusan pembelian atau minat pembelian produk. Penambahan variabel ini bertujuan untuk mengetahui lebih jelas mengenai pengaruh sesungguhnya dari seorang *brand ambassador*, karena pengaruh yang dihasilkan dari variabel *brand ambassador* terhadap *brand image* pada penelitian ini hanya sebesar 33,3%. Sehingga, peneliti berikutnya dapat lebih mendalami penelitian ini, dan mengetahui faktor lainnya yang menjadi pengaruh brand ambassador Gong Yoo.
2. Kepada peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian serupa, agar dapat memperhatikan cakupan sampel yang menjadi responden penelitian. Disarankan untuk lebih memfokuskan target responden kepada responden wanita, sehingga mereka akan lebih memiliki ketertarikan terhadap produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro, dan mengetahui *brand ambassador* Gong Yoo.

5.2.2 Saran Praktis

Berikut saran yang peneliti berikan bagi perusahaan Asus selaku pihak yang memproduksi dan mengelola kegiatan komunikasi produk Zenfone 4 Selfie Pro:

1. Melihat dari hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa pengaruh *brand ambassador* Gong Yoo terhadap *brand image* Asus Zenfone 4 Selfie Pro adalah sebesar 33,3%. Pengaruh yang diberikan tersebut dianggap cukup kecil, sehingga penulis memberikan saran kepada perusahaan agar dapat menyampaikan informasi dengan banyak cara. Misalnya saja dalam bentuk *event*, yang bertujuan untuk mengenalkan *brand ambassador* asal Korea Selatan tersebut di Indonesia. Sehingga, masyarakat Indonesia akan lebih mengenal Gong Yoo dan mengerti setiap informasi yang disampaikan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA