



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 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ada tidaknya pengaruh *brand ambassador* Vanesha Prescilla terhadap *brand image* Y.O.U Makeups dan seberapa besar pengaruh yang diberikan *brand ambassador* Vanesha Prescilla terhadap *brand image* Y.O.U Makeups. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dalam pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini diketahui bahwa F hitung adalah 792,110 lebih besar daripada F tabel yaitu 3,82. Hal ini menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara *brand ambassador* Vanesha Prescilla terhadap *brand image* Y.O.U Makeups.
2. Hasil uji regresi menyatakan bahwa variabel X (*brand ambassador*) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (*brand image*) sebesar 66,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa *brand ambassador* Vanesha Prescilla memberikan pengaruh 66,6% terhadap Y.O.U Makeups dan 33,4% merupakan pengaruh dari faktor lain terhadap *brand image* Y.O.U Makeups. Vanesha memiliki pengaruh yang cukup

3. *Brand ambassador* memiliki lima dimensi, dimensi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap *brand image* adalah dimensi *attractiveness*, yaitu sebesar 52,5%.
4. Terdapat tiga dimensi yang memiliki pengaruh rendah terhadap *brand image* Y.O.U Makeups. Ada dimensi *transference*, dimensi *credibility* dan dimensi *congruence*. Kurangnya kesesuaian antara Vanesha Prescilla terhadap Y.O.U Makeups, dan kurangnya kredibilitas Vanesha sebagai *brand ambassador*.
5. Vanesha Prescilla memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap *brand image* Y.O.U Makeups. Kepribadian fisik dan non fisik dari Vanesha Prescilla membuat para konsumen mempercayai dan menggunakan Y.O.U Makeups.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa, diharapkan dapat memperkaya pengetahuan mengenai variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi *brand image*. Selain itu, dapat memperluas populasi dan sampel penelitian yang mencerminkan dengan realitas yang terjadi. Peneliti lain juga diharapkan dapat melakukan penelitian secara kualitatif untuk mengetahui lebih dalam

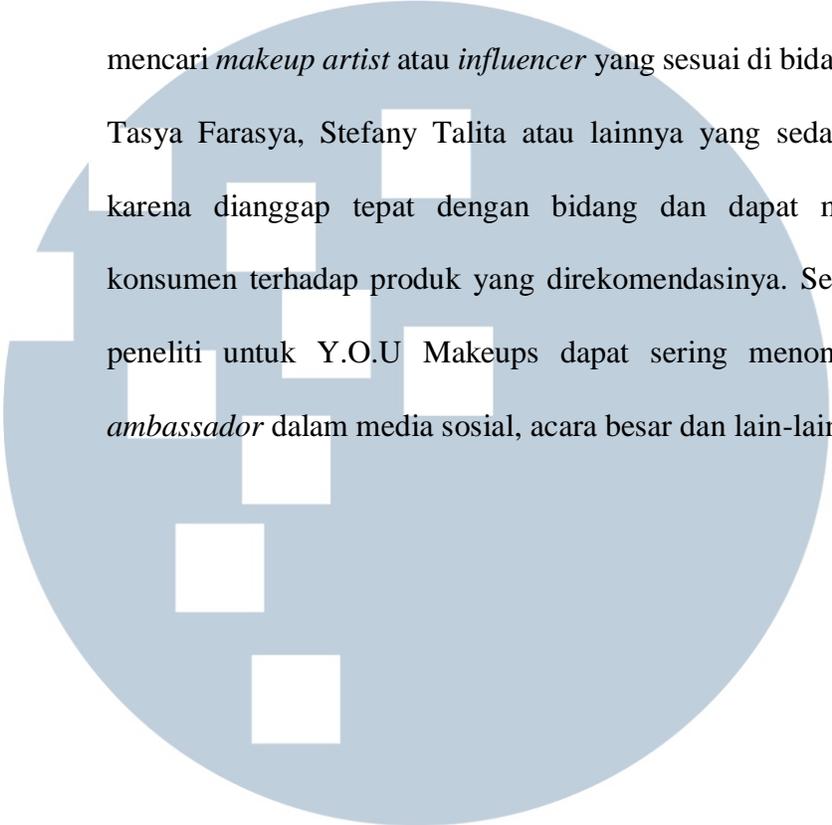
strategi yang digunakan oleh Y.O.U Makeups dalam membangun citra dan meningkatkannya.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, Vanesha Prescilla memberikan pengaruh yang cukup besar yaitu 66,6% terhadap *brand image* Y.O.U Makeups. Hal ini dapat menyatakan bahwa Y.O.U Makeups tidak salah memilih Vanesha sebagai *brand ambassador*.

Pengaruh yang cukup tinggi ini mengenai kepribadian fisik dan nonfisik dari Vanesha Prescilla. Berdasarkan hasil penelitian, Vanesha kurang memiliki kredibilitas dan kurang adanya kecocokan antara Vanesha Prescilla dan Y.O.U Makeups. Vanesha kurang meyakinkan dan membujuk konsumen untuk membeli produk Y.O.U Makeups dan jarang mengunggah foto dengan produk Y.O.U Makeups. Vanesha Prescilla juga sering tampil natural atau tanpa *make up* yang membuat Y.O.U Makeups kurang menonjol. Selain itu, dapat dilihat dari Instagram Y.O.U Makeups bahwa Y.O.U Makeups kurang menonjolkan Vanesha, Y.O.U Makeups jarang mengunggah foto Vanesha Prescilla.

Menurut peneliti, jika Y.O.U Makeups ingin mengganti Vanesha Prescilla sebagai *brands ambassador*, Y.O.U Makeups dapat



mencari *makeup artist* atau *influencer* yang sesuai di bidangnya, seperti Tasya Farasya, Stefany Talita atau lainnya yang sedang naik daun karena dianggap tepat dengan bidang dan dapat mempengaruhi konsumen terhadap produk yang direkomendasinya. Selain itu, saran peneliti untuk Y.O.U Makeups dapat sering menonjolkan *brand ambassador* dalam media sosial, acara besar dan lain-lain.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA