



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

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang pengaruh *tagline* dan *influencer* terhadap *brand image* Clas Mild Silver, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil uji anova, didapatkan hasil F hitung $>$ F tabel yaitu $42,610 > 2,75$ dan nilai sig $<$ $0,1$ yaitu $0,000$. Disimpulkan terdapat pengaruh *influencer* Gofar Hilman terhadap *brand image* Shopee.
2. Hasil penelitian menunjukkan *influencer* Gofar Hilman berpengaruh sebesar $30,3\%$ dari *brand image* Clas Mild Silver, sisanya $69,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini.
3. Dimensi variabel X yang paling berpengaruh terhadap variabel Y adalah dimensi *credibility*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis, diharapkan untuk memperdalam pengetahuan tentang variabel yang akan diteliti. Dalam kasus penelitian saya meski terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel tetap, perlu juga dilakukan penelitian terhadap faktor lain yang berpengaruh terhadap *brand image*. Alpha yang dipilih oleh peneliti sebesar

10%, hal ini dilakukan karena populasi yang dipakai hanya dari *followers* Instagram Gofar Hilman sementara yang melakukan promosi bukan hanya beliau. Dan juga, mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa diharapkan untuk memakai populasi yang lebih luas untuk menghasilkan hasil yang lebih akurat.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, beberapa saran praktis untuk Clas Mild Silver yaitu :

1. Menurut hasil jawaban kuesioner, didapatkan hasil bahwa pemilihan Gofar Hilman sebagai *influencer* sudah tepat, hanya cara persuasi *influencer* yang perlu dibenahi untuk kedepannya.
2. Pengaruh yang diberikan oleh *influencer* Gofar Hilman sebesar 30,3% dan 69,7% pengaruh terdapat dari luar variabel bebas. Clas Mild Silver dianjurkan untuk mencoba cara lain untuk menanamkan *brand image*, salah satunya dengan cara *event marketing*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA