



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 analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai pengaruh *brand ambassador* Blackpink terhadap *brand image* Shopee, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian berdasarkan uji anova, didapatkan nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $191,830 > 3,86$ dan nilai Sig $<$ 0,05 yaitu 0,000 $<$ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara *brand ambassador* Blackpink terhadap *brand image* Shopee.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* Blackpink berpengaruh terhadap *brand image* Shopee sebesar 32,5% dan 65,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian ini peneliti masih terdapat kekurangan, baik dalam segi penelitian maupun dalam kekayaan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, jika akan melakukan penelitian serupa, diharapkan dapat meneliti lebih spesifik mengenai *brand*

ambassador yang cocok dan sesuai agar dapat meningkatkan *brand image* Shopee. Meskipun telah terbukti bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap *brand image*, perlu juga dilakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain dalam pemilihan *brand ambassador* yang dapat mempengaruhi *brand image* menjadi lebih baik. Peneliti lain juga diharapkan dapat melakukan penelitian secara kualitatif untuk mengetahui lebih dalam strategi yang dilakukan Shopee dalam membangun dan meningkatkan *brand image* Shopee.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran untuk kepentingan praktis bagi Shopee, yaitu:

1. Dari hasil penelitian *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap *brand image*. Sehingga, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan dalam menggunakan *brand ambassador* sebagai sebuah strategi
2. Pengaruh yang diberikan Blackpink terhadap *brand image* Shopee hanya sebesar 32,5%. Dalam hal ini Shopee dapat mempertimbangkan kembali dalam memilih *brand ambassador* agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan kepada *target audience*, dan pengaruh yang diberikan *brand ambassador* terhadap *brand image* dapat semakin lebih besar.