

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian menjawab pertanyaan apakah *celebrity endorser* Putri Marino berpengaruh terhadap *brand image* Rollover Reaction dan seberapa besar dampak temuan peneliti terhadap dua variabel. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, peneliti dapat memperoleh temuan-temuan berikut dari penelitian ini:

1. Terdapat pengaruh antara *celebrity endorser* dengan *brand image*. hal ini dapat dilihat pada koefisien regresi *Celebrity Endorser* (X) sebesar 0,19 dan bernilai positif, artinya jika variabel *Celebrity Endorser* semakin naik satu satuan maka *Brand Image* (Y) akan meningkat sebesar 0,19.
2. Berdasarkan uji regresi variabel X (*celebrity endorser*) berpengaruh sebesar 22,7 % terhadap variabel Y (*brand image*), hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *celebrity endorser* Putri Marino terhadap *brand image* Rollover Reaction telah mempengaruhi *brand image* di benak masyarakat.

#### 5.2. Saran

##### 5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini masih memiliki kekurangan dan peneliti sadar akan hal tersebut, seperti dalam hal penelitian dan data. Dengan demikian peneliti berharap penelitian dengan topik yang sebanding kedepannya dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif. Pada penelitian ini,

pengaruh *celebrity endorser* Putri Marino terhadap *brand image* Rollover Reaction.

2. Pada penelitian ini hanya berfokus kepada konsep *celebrity endorser* saja, namun untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan konsep pemasaran lainnya yang dapat berpengaruh terhadap *brand image*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Menurut temuan penelitian ini, aktivitas *celebrity endorser* dapat berdampak pada citra merek. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan mengoptimalkan penggunaannya sebagai strategi dengan terlebih dahulu melakukan penelitian guna menentukan *endorser* yang tepat untuk membintangi media sosial Instagram, dengan menggunakan teori komunikasi sebagai pedoman untuk menemukan *endorser* selebriti yang ideal.

