

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Brand Ambassador* Kim Soo Hyun terhadap *Brand Image* COSRX”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Kesimpulan pertama, tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penggunaan *brand ambassador* Kim Soo Hyun terhadap *brand image* COSRX. Untuk mengetahui pengaruh tersebut, maka dilakukannya uji regresi linear sederhana. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh antara dua variabel yang diuji, yaitu variabel X (*brand ambassador*) dan variabel Y (*brand image*).

Selanjutnya, kesimpulan kedua di mana hasil angka nilai R Square pada uji regresi linear sederhana menunjukkan hasil sebesar 0,300, sehingga dapat disimpulkan variabel *brand ambassador* Kim Soo Hyun memiliki pengaruh sebesar 30% terhadap variabel *brand image* COSRX, 70% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel *brand ambassador* berpengaruh sebesar 30% terhadap *brand image*, 70% sisanya peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk lebih mencari tahu serta menggali lebih dalam dan detail terkait faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *brand image*. Faktor-faktor tersebut antara lain seperti kualitas produk, reputasi perusahaan, harga dari produk yang dijual, dan lain-lain.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diberikan kepada perusahaan COSRX, yaitu COSRX perlu lebih banyak menampilkan konten yang menghadirkan sosok Kim Soo Hyun di Instagram COSRX Indonesia, terlebih lagi karena Kim Soo Hyun adalah *brand ambassador* baru di tahun 2020, sehingga penggunaan *brand ambasador* dapat berjalan dengan baik dan dalam benak konsumen pun akan lebih melekat terkait Kim Soo Hyun sebagai *brand ambassador* COSRX