

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *celebrity endorser* Tasyi Athasyia terhadap *Brand awareness* Best Wok di Instagram dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser* Tasyi Athasyia terhadap *Brand awareness* Best Wok. Berdasarkan hasil data penelitian, maka dapat disimpulkan:

1. Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai uji signifikansi sebesar $0.000 < 0.50$ sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. H_a memiliki arti bahwa terdapat pengaruh *celebrity endorser* Tasyi Athasyia di Instagram terhadap *Brand awareness* Best Wok.
2. Total nilai R Square yang menunjukkan hasil pengaruh *celebrity endorser* Tasyi Athasyia terhadap *Brand awareness* Best Wok di Instagram sebesar 40,6 persen. Kemudian hasil dari pearson correlation menunjukkan adanya hubungan sebesar 0.637 yang artinya pengaruh *celebrity endorser* Tasyi Athasyia terhadap *Brand awareness* Best Wok di Instagram tergolong sebagai hubungan positif yang cukup kuat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Disarankan agar peneliti selanjutnya tidak hanya berkonsentrasi pada penggunaan satu *celebrity endorser* tetapi juga pada penggunaan multiple *celebrity endorser* dan sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap kesadaran merek, selain itu disarankan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, seperti mewawancarai pihak-pihak yang terkait dengan *brand* Best Wok kedepannya.

5.2.1 Saran Praktis

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran untuk Best Wok bahwa setelah diteliti penggunaan dukungan selebriti Tasyi Athasyia memiliki pengaruh terhadap kesadaran merek Best Wok. Penggunaan dukungan selebriti dipercaya lebih efektif serta memberikan dampak positif karena audiens memiliki hubungan langsung dengan *endorser*, maka Best Wok dapat memilih *celebrity endorser* lain dengan kategori *mega influencer* yang *relevant* seperti Tanboy kun, Magdalenaf, Ken& Grat dan lain-lain yang berfokus kepada *food and beverage*, sehingga dapat meningkatkan *Brand awareness* Best Wok di Instagram. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa Best wok belum sampai pada tingkat *top of mind* namun keberada Best Wok sudah mulai diketahui serta diingat oleh masyarakat sehingga Best Wok dapat melakukan strategi marketing lain agar dapat sampai pada tingkatan *top of mind* dan dapat bersaing dengan merek dari kategori yang sama seperti Indomie dan Mie Sedap.

