

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Serupa dengan tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh Merry Riana sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* GIC Trade dan juga seberapa besar pengaruh tersebut. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh Merry Riana sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* GIC Trade adalah sebesar 15,5%. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Merry Riana sudah cukup tepat dan sesuai untuk menjadi *brand ambassador* GIC Trade, namun dengan pengaruh yang tidak besar, karena angka pengaruhnya Merry Riana sebagai *brand ambassador* hanya sebesar 15,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa seorang yang tidak memiliki latar *trader* juga dapat menjadi seorang *brand ambassador* perusahaan ataupun produk *trading*.

#### **5.2 Saran**

Dalam memberikan pengembangan baik secara praktis maupun akademis, berikut adalah saran-saran yang dapat peneliti berikan pada hasil penelitian yang telah dilakukan.

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran yang dapat diberikan dari sudut pandang akademis berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

Dalam penelitian ini, perlu dilakukan penelitian secara kualitatif untuk membahas yang belum dibahas di penelitian kuantitatif seperti strategi dalam membangun *brand image* secara lebih mendetail.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran yang dapat diberikan dari sudut pandang praktis berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

- a) Strategi pemilihan *brand ambassador* GIC Trade menggunakan Merry Riana sudah tepat. Namun belum optimal, maka sekiranya GIC Trade dapat mengoptimalkan peran Merry Riana lebih luas lagi.
- b) Melihat hasil penelitian bahwa banyaknya khalayak yang mengetahui informasi GIC Trade melalui media sosial sehingga komunikasi mediasosial GIC Trade harus ditingkatkan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA