

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian ini, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat **pengaruh yang signifikan** antara variabel *brand ambassador* dengan *brand awareness You Beauty* yang diperoleh dari data signifikansi yang menunjukkan nilai sebesar 0.000 yang artinya memiliki nilai lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) sehingga **Ho ditolak dan Ha diterima**.
2. Berdasarkan hasil uji korelasi data menunjukkan nilai sebesar 0.612 sehingga hubungan antara kedua variabel ini positif dan dapat digolongkan dengan **tingkat korelasi cukup kuat**. Selain itu, melalui hasil uji regresi linear sederhana, diketahui bahwa variabel *brand ambassador* (X) memberikan **pengaruh** terhadap *brand awareness* (Y) **sebesar 37.4%**. Sedangkan, sisanya sebanyak 62.6% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan dianalisis diketahui bahwa variabel *brand ambassador* (X) memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* (Y) sebesar 37.4%. Sedangkan, sisanya sebanyak 62.6% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dan yang serupa untuk mencari tahu dan memperdalam faktor-faktor lain yang mempengaruhi *brand awareness*. Faktor lain yang mungkin bisa mempengaruhi, misalnya *E-WOM*, iklan di media sosial, dan lain-lain.

### 5.2.2 Saran Praktis

Secara keseluruhan *You Beauty* sudah sangat baik dalam memilih *brand ambassador* untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Hal ini didukung dengan hasil data yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju di setiap pernyataan variabel *brand ambassador*. Untuk itu diharapkan suatu merek bisa mencoba menggunakan *brand ambassador* aktor atau aktris Korea Selatan sebagai alternatif dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness*.

Pemilihan *brand ambassador* hendaknya memperhatikan dimensi *visibility* dan *credibility*, yaitu tingkat frekuensi tampilnya *brand ambassador* di mata khalayak dan memiliki *product knowledge* yang baik tentang merek. Berdasarkan hasil penelitian yang merujuk pada pernyataan X5 Kim Soo Hyun sering muncul pemberitaan tentang aktor Korea di media sosial dan X6 terkait Kim Soo Hyun memiliki *product knowledge* yang baik tentang *You Beauty* memiliki nilai mean rendah, maka dari itu diharapkan merek untuk memilih *brand ambassador* yang sering muncul di berbagai berita sosial media tentang aktor Korea agar lebih dikenal masyarakat dan membekali *product knowledge* dengan baik kepada *brand ambassador* yang ditunjuk sehingga bisa menyampaikan pesan yang lengkap kepada audiens.

