

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh kredibilitas dari 3 *influencer* yang digunakan oleh Raffles College yaitu Jerome Polin, Captain Vincent dan Nikita Kusuma. Dari hasil pembahasan didapatkan masing-masing *influencer* memiliki keunggulan yang hampir seimbang dari dimensi yaitu menurut responden Jerome memiliki kredibilitas *influencer* tertinggi dibanding yang lain. Jerome tertinggi pengaruhnya dimana unggul pada dimensi *trustworthy* dengan nilai *mean* 8.1 dan *expertise* dengan nilai 8.3 poin. Tingkat pengaruh tertinggi kedua melalui dimensi *attractiveness* yaitu 8.1 poin

Selain itu dari hasil Uji T didapatkan hasil bahwa hipotesis H₀ ditolak yang berarti membuktikan ada perbedaan ketiga kredibilitas *influencer* terhadap citra merek Raffles College. Perbedaan tersebut terlihat dari nilai rata-rata kredibilitas *influencer* tiap dimensi dibandingkan. Sebagai contoh Nikita Kusuma dalam video tersebut menggunakan bermacam-macam *outfit*, sangat menarik dan dibawakan dengan baik konten yang disampaikan menjadikan Nikita punya nilai tinggi dari dimensi *attractiveness*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian penulis saat ini selain bisa membuktikan teori Ohanian dengan dimensi yang lengkap juga mampu menilai *credibility* ketiga *influencer* dan setelah diuji menggunakan uji T terbukti bahwa *credibility influencer* memberikan pengaruh terhadap *Citra Merek* Raffles College. Penelitian topik ini masih bisa dikembangkan lagi dengan meneliti lebih lanjut, sejauh mana *Citra Merek* Raffles College saat ini dan pengaruhnya terhadap ketertarikan calon mahasiswa yang ingin ambil studi di Raffles College. Hal ini tentunya bisa memberikan evaluasi

bagi Raffles College selain mengembangkan *Citra Merek* tetapi juga sampai ke tahap akhir yaitu pendaftaran calon mahasiswa. Disarankan juga untuk menggunakan metode eksperimen yang lebih lengkap yang memiliki *pre-test*, tidak hanya *post-test*.

5.2.2 Saran Praktis

Dari penelitian ini bisa kita katakan bahwa pemilihan *influencer* oleh Raffles College sudah betul dan sesuai. Untuk Indikator penguasaan materi untuk kredibilitas *influencer* dan penilaian positif untuk brand image Raffles College perlu diperbaiki untuk pemilihan *influencer* dan juga aspek yang perlu ditingkatkan. Objek penelitian ini diharapkan dapat diperluas lagi dan tidak terbatas pada institusi pendidikan taraf internasional saja melainkan institusi lainnya seperti universitas negeri untuk memperoleh komparasi dengan kampus negeri ataupun kampus swasta lain