



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

5.1 Simpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya dan seberapa besar pengaruh pemilihan EXO sebagai *brand ambassador* (variabel X) terhadap tingkat *brand image* (variabel Y) Nature Republic. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis data yang telah berhasil didapatkan melalui 130 responden dan dipaparkan sebagai berikut:

1. Hasil uji F pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel X (pemilihan EXO sebagai *brand ambassador*) berpengaruh kepada variabel Y (*brand image* Nature Republic), dengan membandingkan F hitung dan F tabel, yaitu bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, $107,514 > 3,92$ dan taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$).
2. Variabel X (*brand ambassador*) memiliki hubungan positif yang kuat terhadap variabel Y (*brand image*) dengan nilai korelasi sebesar 0,676 atau 67.6%
3. Mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan "Saya mengetahui EXO sebagai *public figure* dengan pekerjaan yang beragam (penyanyi, aktor, bintang iklan, dan lain-lain)" yang terdapat dimensi *congruence* dalam variabel X (*brand ambassador*).
4. Mayoritas responden sangat setuju terhadap pernyataan "Merek Nature Republic adalah produk perawatan kulit Korea dengan bahan yang khas

(Indonesia Marine Collagen, Madagascar Baobab, Provence Calendula, dan lain-lain)" yang terdapat pada dimensi *uniqueness* dalam variabel Y (*brand image*).

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari hasil simpulan yang peneliti dapatkan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang ingin peneliti berikan, untuk penelitian berikutnya diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dengan menggunakan dimensi *brand ambassador* dan *brand image* dari ahli yang tidak sama dengan peneliti agar mendapatkan hasil penelitian yang berbeda, komprehensif dan mendalam.

5.2.2 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa pemilihan EXO sebagai *brand ambassador* mampu berpengaruh terhadap *brand image* Nature Republic, maka dari itu peneliti menyarankan Nature Republic untuk tetap dapat menggunakan EXO sebagai *brand ambassador* Nature Republic.
2. Nature Republic diharapkan tetap dapat mempertahankan EXO sebagai *brand ambassador*. Salah satu alasannya adalah, menurut mayoritas responden EXO sebagai *brand ambassador* yang memiliki pekerjaan beragam sesuai dengan merek Nature Republic.