

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian tentang Pengaruh Mikha Tambayong sebagai *brand ambassador* terhadap *brand awarness Pixy Lip Cream* (survey pada *Followers* akun *instagram @tutorialmakeup\_id*) dan pembahasan yang di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi yang selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan:

- a. Pada uji korelasi terdapat nilai korelasi yaitu:  $r = 0,743$  nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak diantara diantara  $0,71 - 0,90$ . maka dari pada itu terdapat korelasi antara variabel X pengaruh Mikha Tambayong sebagai *Brand ambassador* dengan variabel Y yaitu *Brand Awarness* memiliki hubungan yang kuat.
- b. Berdasarkan perhitungan uji signifikansi hipotesis atau uji t , diperoleh t hitung yaitu sebesar  $11,12 > t$  tabel  $1,66055$  maka  $H_0$  ditolak dan Haditerima. Artinya bahwa adanya pengaruh *Brand Ambassador* dari iklan *Pixy Lip Cream*. Jadi semakin terkenal artist yang di gunakan menjadi *brand ambassador* maka *brand awarness* produk tersebut akan meningkat.
- c. Pada uji Determinasi dapat disimpulkan bahwa terdapat Berdasarkan perhitungan diketahui nilai korelasi ( $r$ ) =  $0,552$  dan nilai r square (yang merupakan penguadratan nilai korelasi) yaitu  $0,552 = 55,2\%$ . Jadi, dapat dijelaskan  $55,2\%$  *brand awarness* (Variabel Y) ditentukan oleh faktor pengaruh *brand ambassador* Mikha Tambayong (Variabel X), dan sisanya sejumlah  $0,448$  atau  $44,8\%$  ditentukan oleh faktor lain mungkin di luar dari penelitian.

## V.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan yang dibuat, peneliti menyarankan agar:

- a. iklan *Pixy Lip Cream* bisa lebih memperkenalkan merek terutama dalam mempromosikan produknya. Meningkatkan kualitas dalam beriklan bisa dilakukan dengan cara memainkan ide kreatif iklan yang lebih menarik lagi, durasi yang intensitas penayangannya juga dapat menjadi faktornya karena didalam iklan *Pixy Lip Cream* yang dibintangi Mikha Tambayong sudah bagus dengan menunjukkan hasil dari setiap pemakaian warna lipstik dibibir, namun karena durasi yang sangat sebentar disetiap pergantian warna lipstik pada bibir membuat penonton tidak dapat melihat dengan jelas.
- b. Seharusnya pada dimensi “kesesuaian” pada variabel X memiliki hasil yang tinggi namun peneliti hanya mendapatkan hasil 246 frekuensi yang menjawab kategori sangat setuju dan setuju.
- c. Seharusnya dalam dimensi “tidak mengenal merek” pada variabel Y memiliki hasil yang tinggi namun penulis hanya mendapatkan hasil rendah yaitu dengan jumlah frekuensi 206.

