

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Afgansyah Reza Terhadap *Brand Image Smartphone Vivo* (Survei Pada *Followers* Instagram @vivo\_indonesia yang melihat iklan Afgan)

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza terhadap *brand image smartphone* Vivo sehingga dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada pengaruh dan mengukur besarnya pengaruh daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza terhadap *brand image smartphone* Vivo.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza terhadap *brand image smartphone* Vivo, pembahasan yang penulis dapatkan berasal dari penyebaran kuesioner yang kemudian datanya diolah menggunakan SPSS versi 25. Maka peneliti menyimpulkan :

1. Berdasarkan hasil pengolahan jawaban kuesioner melalui uji korelasi adalah sebesar 0.614, dengan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel X (Daya Tarik *Brand Ambassador*) dengan variabel Y (*Brand Image*) memiliki hubungan yang kuat. Karena terletak diantara 0,60 – 0,799.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dari koefisien determinasi, di dapati hasil bahwa sebesar 37,7% *Brand Image* (Variabel Y) ditentukan oleh Daya Tarik *Brand Ambassador* dan sisanya

sejumlah 62,3% ditentukan oleh faktor lain seperti iklan di media sosial dan lainnya.

3. Berdasarkan hasil uji regresi dengan melihat persamaan  $Y = 17,648$ , dapat disimpulkan Koefisien regresi X (Daya Tarik *Brand Ambassador*) sebesar 0,829 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Daya Tarik *Brand Ambassador*, maka nilai *Brand Image* bertambah sebesar 0,829. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis atau uji t diperoleh data yang dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza berpengaruh terhadap *brand image smartphone* Vivo.

## 5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza terhadap *brand image smartphone* Vivo (survei pada *followers* instagram @vivo\_indonesia), maka peneliti memberikan saran yakni :

1. Vivo sebaiknya tetap mempertahankan Afgansyah Reza sebagai *brand ambassador* nya, dikarenakan terdapat pengaruh dari daya tarik yang diberikan oleh Afgansyah Reza yang bisa meningkatkan *brand image smartphone* Vivo.
2. Vivo sebaiknya mengoptimalkan iklan produknya di media lain untuk meningkatkan *brand image* nya. Karena berdasarkan hasil dari penelitian ini, daya tarik *brand ambassador* Afgansyah Reza terhadap *brand image* Vivo tidak terlalu efektif hal itu dapat terlihat dari besaran pengaruh Afgansyah Reza hanya sebesar 37,7% dan sisanya ditentukan oleh faktor lain seperti iklan di media sosial dan lainnya.
3. Agar mencapai tujuannya sebaiknya *brand smartphone* Vivo berinovasi lagi dalam mengiklankan produknya di media

lainnya, hal itu guna meningkatkan *brand image* dari *smartphone* Vivo.