

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian mengenai kredibilitas akun TikTok @utaaaar Sebagai Endorser Brand Scarlett Whitening terhadap 100 responden yang merupakan pengikut akun tersebut, serta hasil analisis menggunakan program SPSS versi 27, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa teori kredibilitas sumber (source credibility theory) merupakan fondasi utama dalam pembentukan perilaku yang diamati dalam penelitian ini. Teori ini mencakup tiga indikator, yaitu kepercayaan (trustworthiness), keahlian (expertise), dan daya tarik (attractiveness).
2. Berdasarkan pada analisis *crosstab* dapat dijabarkan bahwa kategori terbagi menjadi 3 yaitu pelajar, mahasiswa, dan karyawan. Kategori usia terbagi menjadi 3 yaitu di bawah 18 tahun, 18-24 tahun, dan lebih dari 24 tahun. Pelajar berjumlah 7 orang terdiri dari laki-laki 6 orang yang berusia 18-24 tahun, dan 1 wanita yang berusia kurang dari 18 tahun. Kategori Mahasiswa berjumlah total 56 orang yang di mana laki-laki berusia 18-24 tahun berjumlah 29 orang, lebih dari 24 tahun sebanyak 3 orang. Kategori wanita berjumlah 24 orang dengan usia 18-24 tahun. Kategori Karyawan laki-laki berusia lebih dari 24 tahun sebanyak 36 orang dan wanita berusia lebih dari 24 tahun sebanyak 1 orang. Total jenis kelamin laki-laki sebanyak 74 orang dan wanita sebanyak 26 orang, total responden berjumlah 100 orang.
3. Berdasarkan beberapa grafik yang telah dijelaskan di pembahasan sebelumnya, ketiga indikator mendapat respon positif, dan dapat diidentifikasi bahwa respon tertinggi dari semua indikator yang digunakan untuk mengukur kredibilitas brand ambassador adalah kepercayaan (trustworthiness), dengan persentase responden yang menyatakan setuju sebanyak 67%. Pernyataan mengenai kepercayaan (trustworthiness) dalam kuesioner ini menunjukkan

bahwa akun TikTok @utaaaar dianggap dapat dipercaya secara signifikan sebagai endorser produk Scarlett Whitening.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dianggap relevan untuk pihak-pihak terkait:

1. Scarlett Whitening untuk terus menambah jumlah influencer yang di-endorse agar lebih banyak untuk menggapai *audiens* lebih banyak.
2. Peneliti yang akan melanjutkan penelitian serupa, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan selain hanya mengukur tingkat kredibilitas. Hal ini bertujuan agar penelitian mendatang dapat memiliki cakupan yang lebih komperhensif.