

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini peneliti menguraikan kesimpulan dan memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian pengaruh daya tarik endorser Al Ghazali terhadap brand image produk Indomie goreng (survey pada siswi kelas X dan XI SMAN 6 Jakarta Selatan).

#### **V.1 Kesimpulan**

Sesuai dengan tujuan penelitian yang dibuat oleh penulis yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh daya tarik endorser Al Ghazali terhadap brand image produk Indomie goreng (survey pada siswi kelas X dan XI SMAN 6 Jakarta Selatan).

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 67 responden yang terdiri dari 18 responden berumur 16 tahun (26.9%), 49 responden berumur 17 tahun (73.1%) yang seluruhnya merupakan siswi kelas X dan XI SMAN 6 Jakarta Selatan. Responden menyatakan menonton iklan televisi Indomie goreng Al Ghazali pada stasiun televisi NET TV sebanyak 13 responden (19.4%), pada stasiun televisi RCTI sebanyak 29 responden (43.3%), pada stasiun televisi SCTV sebanyak 17 responden (25.4%) dan lain lainnya sebanyak 8 responden (11.9%). Kemudian seluruh responden menyatakan mereka pernah melihat iklan Indomie goreng yang menggunakan endorser Al Ghazali. Penulis memilih teknik pengambilan sampel dengan *Probability sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
- b. didapatkan hasil setelah melakukan uji koefisien korelasi dan hasil yang diperoleh 0,756 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan hubungan yang kuat antara variabel X dengan variabel Y. artinya daya tarik endorser yang ada pada Indomie goreng mempunyai pengaruh yang kuat dengan Brand Image pada siswi kelas X dan XI SMAN 6 Jakarta Selatan.

- c. Sedangkan koefisien Determinasi mendapatkan hasil yaitu 0,571 atau setara dengan 57,1%. Yang dapat disimpulkan bahwa Brand Image pada siswi kelas X dan XI SMAN 6 Jakarta Selatan ditentukan karena adanya daya tarik endorser Al Ghazali dan 42,9% berasal dari beberapa faktor lain. Hasil ini juga ditunjang pula dengan hasil  $H_0$  yang ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga hipotesis ini dapat terbukti.

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Mengacu pada kesimpulan yang telah dibuat, peneliti menyarankan agar produk Indomie goreng harus bisa lebih kuat lagi dalam mempromosikan produknya dengan jujur agar produk tersebut terjaga citra nya. Karena banyak masyarakat yang sudah terpengaruh dengan adanya berita negatif tentang produk Indomie. Jadi, Indomie goreng harus lebih giat untuk melakukan promosi agar citra negatif tentang produk Indomie goreng dapat terhapuskan dengan adanya promosi yang baik untuk produk Indomie goreng.
- b. Strategi kreatif yang harus lebih dimatangkan karena ini merupakan produk yang ditujukan untuk remaja sehingga promosi yang dibuat harus santai dan tidak terkesan kaku seperti pada promosi yang dilakukan oleh produk Indomie goreng.
- c. Semoga penelitian ini dapat dijadikan referensi dan dapat dikembangkan oleh mahasiswa/I di perguruan tinggi lainnya dalam menyusun tugas akhir atau skripsi.