

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian tentang Pengaruh Raffi Ahmad sebagai *brand ambassador* dalam membangun *brand awarness* snack kingkong (survey pada instagram program tv dahsyat music) dan pembahasan yang di dapatkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi yang selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan SPSS, maka dapat disimpulkan:

- a. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden yang terdiri dari 52 laki laki dan 48 perempuan yang seluruhnya adalah follower instagram dahsyat dominan menyatakan setuju pada setiap butir pernyataan yang peneliti ajukan
- b. Penghitungan skala interval X berada di tinggi dengan presentase 95% hal ini menunjukkan bahwa followers instagram dahsyat mendapatkan pengaruh dari sosok Raffi ahmad sebagai ambassador snack kingkong.
- c. Pada uji korelasi terdapat nilai korelasi yaitu: $r = 0,80$ nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat karena terletak diantara diantara $0,71 - 0,90$. maka dari pada itu terdapat korelasi antara variabel X pengaruh Raffi Ahmad sebagai *Brand ambassador* dengan variabel Y yaitu *Brand Awarness* memiliki hubungan yang tinggi:kuat.
- d. Berdasarkan perhitungan uji signifikasi hipotesis atau uji t , diperoleh t hitung yaitu sebesar $24,366 > t$ tabel $1,66055$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa adanya pengaruh yang besar dari Raffi Ahmad sebagai *brand ambassador* (X) dalam membangun *brand awarness* snack kingkong (Y). Jadi semakin terkenal artist yang di gunakan menjadi *brand ambassador* maka *brand awarness* produk tersebut akan meningkat.

- e. Determinasi menggunakan SPSS versi 21 dapat disimpulkan bahwa terdapat Berdasarkan perhitungan diketahui nilai korelasi (r) = 0,800 dan nilai r square yaitu $0,640 = 64\%$. Jadi, dapat dijelaskan 64% brand awareness (Variabel Y) ditentukan oleh faktor pengaruh Raffi sebagai *brand ambassador* (Variabel X), dan sisanya sejumlah 36% ditentukan oleh faktor lain mungkin seperti Rasa, kemasan atau promosi lainnya yang tersebar di Indonesia.

V.2 SARAN

Dari hasil penelitian ini yang berjudul pengaruh raffi ahmad sebagai *brand ambassador* dalam membangun *brand awarness* snack kingkong cukup efektif,peneliti menyarankan kepada pihak snack kingkong atau PT.Cipta pangan agar dapat mempertahankan raffi ahmad sebagai brand ambasadornya dan mengemas dengan lebih baik serta menarik,juga menambahkan endoser endoser lainnya untuk membantu kekuatan brand ambassador agar lebih efektif lagi dalam mempromosikan snack kingkong.

