

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai analisis faktor-faktor celebrity endorser terhadap brand image (Studi Pada bedak wardah), maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *visibility* berpengaruh signifikan terhadap brand image. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua orang tertarik karena kepopuleran seorang dewi sandra dalam iklan produk bedak wardah. Hal ini membuktikan bahwa kepopuleran seorang Dewi Sandra mampu menarik semua orang dan hal tersebut akan berpengaruh baik terhadap brand image produk bedak wardah
- b. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan hasil menunjukkan bahwa variabel *credibility* berpengaruh tidak signifikan terhadap *brand image*. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *credibility* yang dimiliki oleh Dewi Sandra kurang begitu meyakinkan dimata konsumen yang telah membeli produk bedak wardah dengan endorser dewi sandra.hal ini juga akan berpengaruh terhadap image dari produk bedak wardah dari lemahnya *credibilitas* yang dimiliki Dewi Sandra.
- c. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan hasil menunjukkan bahwa variabel *attraction* berpengaruh tidak signifikan terhadap *brand image* .Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa daya tarik dari seorang dewi sandra masih kurang menarik perhatian konsumen dari hal ini akan memberikan feedback yang kurang bagus untuk *brand image* bedak wardah sendiri.
- d. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan hasil menunjukkan bahwa variabel *power* berpengaruh signifikan terhadap *brand image* .Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua orang tertarik

membeli produk bedak wardah karena kekuatan atau *power* yang dimiliki dewi sandra dalam menjadikannya panutan dan teladan bagi masyarakat dalam pemakaian produk bedak wardah jelas hal ini akan berdampak baik untuk *brand image* bedak wardah dengan memakai *endorser* Dewi Sandra

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Penulis meneliti bahwa didaerah populasi Jagakarsa Jakarta Selatan Dewi Sandra kurang sebagai *endorser* bedak wardah ,dilihat dari tingginya ketidak setujuan masyarakat jagakarsa mengenai Dewi Sandra sebagai selebriti yang dapat dipercaya dalam mengkomunikasikan iklan pada variabel *credibility*.selain itu rendahnya ketidaksetujuan variabel *attraction* yang dilihat dari respon masyarakat yang rendah dalam hal menjadikan Dewi Sandra sebagai daya tarik pemakaian bedak wardah namun dalam variabel *visibility* dan *power* Dewi Sandra meyakinkan dengan tingginya tingkat setuju pada variabel tersebut. Walaupun dari hasil penelitian yang didapatkan dilihat dari variabel *credibility* dan *attraction* ini rendah dan dapat melemahkan *image* wardah sendiri namun penulis menyarankan bagi PT Wardah untuk tidak mengganti *endorser* , karena pada setiap sampel dan populasi akan berbeda hasil uji tapi ada baiknya juga menambahkan *endorser* yang lain agar *image* dari wardah semakin kuat.
- b. Saran lain dari penulis untuk peneliti lain adalah apabila menggunakan variabel yang sama dengan penelitian ini,maka disarankan agar lebih rinci dan mendalam untuk membuat indikator dari setiap variabel dengan menyesuaikan situasi dan kondisi pada objek penelitian,seperti memperhatikan kredibilitas dan daya tarik si selebriti dan juga peneliti menyarankan agar memasukkan variabel lain yang mempengaruhi *brand image* selain diluar variabel *celebrity endoser*.