

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh antara *Brand* Ambassadors Cha Eun Woo terhadap *Brand Image Skincare* Lokal MS Glow dan seberapa besar pengaruh yang diberikan Cha Eun Woo sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* MS Glow. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas di dalam pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Nilai signifikannya sebesar 0,000 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 yang berarti dapat disimpulkan bahwa Variabel x (*Brand Ambassador*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel y (*Brand Image*).

Selain itu, Nilai koefisien regresi (0,458 yang menunjukkan variabel X *Brand Ambassador*) memiliki pengaruh yang positif terhadap Variabel Y (*Brand Image*). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H1) dapat diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara Variabel X terhadap Variabel Y.

2. Nilai dari koefisien determinasinya adalah 0,560, yang berarti *Brand Ambassador* mengakibatkan pengaruh terhadap *Brand Image* sebesar 56%. sedangkan sisanya 44% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, ada beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan penulis di dalam penelitian ini :

### **5.2.1 Saran Akademis**

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh *Brand Ambassador* Cha Eun Woo terhadap *Brand Image* MS Glow, saran yang dapat penulis berikan adalah penelitian serupa dapat memperkaya pengetahuan mengenai variabel- variabel lain yang memengaruhi *Brand Image*. Selain itu juga dapat dilakukan penelitian kualitatif untuk mengetahui bagaimana strategi lain dari MS Glow untuk membangun Citra perusahaannya.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian yang telah dibuat, maka penulis mempunyai beberapa saran praktis yang dapat digunakan oleh MS Glow kedepannya seperti jika ingin mengganti *Brand Ambassador*, diharapkan mencari *Brand Ambassador* dengan mempertimbangkan kesesuaian *brand Ambassador* tersebut dengan perusahaannya.