

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik endorser Keanuagl terhadap brand image produk pantene dan apakah daya tarik endorser memiliki pengaruh terhadap brand image produk pantene. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,494 yang berarti Daya Tarik Endorser mengakibatkan pengaruh terhadap Brand Image sebesar 49,4% sedangkan sisanya 50,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.
2. Nilai Sig nya sebesar 0,000 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Variabel X (Daya Tarik Endorser) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Variabel Y (Brand Image). Nilai koefisien regresi uji t 0,239 yang menunjukkan variabel X (daya tarik endorser) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel Y (Brand Image). Dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 dapat diterima yang dimana berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari analisis yang diperoleh dari penelitian ini, maka beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran akademis

Bagi peneliti selanjutnya dapat diharapkan memberikan hasil yang lebih baik dengan memperkaya pengetahuan mengenai variabel-variabel lain yang mempengaruhi Brand Image dengan data-data terbaru yang sehubungan dengan isu yang berkembang. Dan agar lebih detail dan kreatif dalam memilih variabel-variabel yang dapat mempengaruhi brand image suatu perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan diharapkan agar tetap menggunakan endorser dalam memasarkan produk nya dan mempertahankan juga mengembangkan karakteristik yang dimiliki oleh artis endorser serta selalu melakukan evaluasi yang berkesinambungan terhadap endorser dengan memanfaatkan secara baik citra positif yang dimiliki oleh artis endorser tersebut dalam mengkomunikasikan produk yang akan diiklankan.