

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Pengelolaan *brand image* disadari atau tidak menjadi salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan harus peka terhadap perubahan-perubahan yang dapat mengubah ataupun membentuk *brand image* miliknya. Selain itu, perusahaan juga harus sadar akan *brand image* yang tidak terbentuk dengan sendirinya karena prinsip *brand image* yang berada dalam benak konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu tentang Pengaruh Testimonial *Review Beauty Vlogger* Terhadap Terbentuknya *Brand Image* Produk Focallure dalam video *Youtube Focallure One Brand Makeup Tutorial*, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Testimonial *Review Beauty Vlogger* Terhadap Terbentuknya *Brand Image* Produk Focallure menunjukkan nilai probabilitas 0,00. Jika Probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang mana  $H_a$  adalah *Testimonial review beauty vlogger* mempengaruhi pembentukan *brand image* produk Focallure.
2. *Beauty Vlogger* Tasya Farasya dengan *Brand Image* Focallure memiliki korelasi dengan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,687. Korelasi antara kedua variabel menunjukkan hasil yang positif.
3. Teori S-O-R memenuhi kriteris sebagai unit yang membantu analisis dalam penelitian ini. Dimana *stimulus* dari *Beauty Vlogger* Tasya Farasya efektif

dalam mempengaruhi audiens atau *organism*, sehingga mendapat perhatian (*attention*) dari *organism* selaku penerima pesan. Dan juga menghasilkan response yang diinginkan yaitu terbentuknya *brand image* sebuah produk yaitu Focallure dalam benak *Audiens* atau *organism* selaku penerima pesan. Selain itu Focallure melalui *video* tersebut sudah berhasil memenuhi beberapa unsur *brand image* dan berhasil juga membentuk *brand image* yang baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, yaitu tentang Pengaruh Testimonial *Review Beauty Vlogger* Terhadap Terbentuknya *Brand Image* Produk Focallure dalam video *Youtube Focallure One Brand Makeup Tutorial*, maka peneliti mencoba mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya Tasya Farasya selaku *beauty vlogger* yang memperhatikan lagi permasalahan pencahayaan dalam membuat *video*, supaya dalam *video* selanjutnya tidak menimbulkan efek terlalu putih pada wajah Tasya farasya sendiri.
2. Sebaiknya Focallure mulai memikirkan untuk membuka *outlet* di Indonesia, karena selama ini pembelian hanya bisa dilakukan melalui *online*. Apabila bisa membuka *outlet* di Indonesia, antusiasme masyarakat terutama pecinta *makeup* tentu akan lebih besar lagi. Hal ini juga berkaitan dengan terbentuknya citra yang sudah baik akan produk–produk dari Focallure.
3. Sebaiknya Tasya Farasya dan Focallure menjalin kerja sama lebih jauh supaya promosi Focallure di *Youtube* Tasya Farasya lebih fokus dan akan lebih tepat

sasaran, mengingat Tasya Farasya juga memiliki pengaruh baik terhadap pembentukan *brand image* produk Focallure.