

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari pengkajian berdasarkan data yang telah dihasilkan, maka riset ini memberikan suatu kesimpulan berupa:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada data yang ditemukan, dapat diketahui bahwa *brand ambassador* yang ada pada perusahaan kosmetik Madame Gie berada dalam kondisi sangat baik, hal tersebut diketahui berdasarkan hasil analisis deskriptif yang dilakukan terhadap dimensi dari *brand ambassador*, yaitu *visibility* memiliki nilai sebesar 97,6%, *credibility* memiliki nilai sebesar 93,9%, *attraction* memiliki nilai sebesar 96% dan *power* memiliki nilai sebesar 85,7%. Sehingga jika nilai keseluruhan dari setiap dimensi *brand ambassador* dihitung kembali akan menghasilkan skor sebesar 93,3% terhadap variabel *brand ambassador* yang mana dapat dikategorikan sangat baik.
2. Sedangkan pada citra merek kosmetik Madame Gie saat ini juga dapat dikatakan berada dalam kondisi yang sangat baik, hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dengan analisis deskriptif terhadap dimensi citra merek, yaitu *strength of brand association* memiliki nilai sebesar 94,3%, *favorable of brand association* memiliki nilai sebesar 92,6% dan *uniqueness of*

brand association memiliki nilai sebesar 86,2%. Sehingga jika nilai keseluruhan dari setiap dimensi citra merek dihitung kembali akan menghasilkan skor sebesar 91% terhadap variabel citra merek yang mana dapat dikategorikan sangat baik.

3. Berdasarkan analisis data melalui beberapa uji-uji yang digunakan, ditemukan bahwa adanya dampak positif dan signifikan yang diberikan oleh *brand ambassador* terhadap citra merek, hal tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang menghasilkan nilai 0,468. Sehingga jika terjadi penambahan nilai sebesar 1 pada variabel *brand ambassador* maka akan terjadi peningkatan citra merek sebesar nilai tersebut. Sedangkan pengaruh signifikan diketahui berdasarkan uji t yang dilakukan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan menurut nilai koefisien determinasi pengaruh yang dihasilkan *brand ambassador* terhadap citra merek sebesar 44%.

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat dikatakan bahwa kondisi *brand ambassador* dan citra merek yang dimiliki oleh perusahaan kosmetik Madame Gie berada dalam kondisi sangat baik, oleh sebab itu saran yang dapat saya berikan kepada perusahaan kosmetik Madame Gie saat ini untuk kedepannya adalah berfokus untuk memperhatikan, menjaga dan mengendalikan faktor-faktor yang memiliki potensi baik besar maupun kecil

dalam memengaruhi citra merek perusahaan kosmetik Madame Gie, salah satu faktor tersebut adalah *brand ambassador*.

2. Untuk penelitian selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya jika penelitian yang dilakukan memiliki objek yang sama, yaitu citra merek ada baiknya untuk dapat mengembangkan atau menambahkan variabel independen lain selain *brand ambassador*. Karena berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti pada nilai koefisien determinasi (R^2) *brand ambassador* hanya memiliki pengaruh sebesar 0,481 atau 48,1%. Sehingga masih terdapat sebesar 51,9% pengaruh yang dihasilkan variabel lain yang tidak digunakan dalam riset ini, variabel tersebut diantaranya kualitas produk, kualitas layanan, dan iklan.