

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *Brand ambassador* terhadap Citra Merek, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.:

1. Berdasarkan persepsi responden *brand ambassador* OPPO dikategorikan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil statistik deskriptif bahwa *brand ambassador* OPPO memiliki fisik yang menarik untuk memperkenalkan *brand* OPPO
2. Berdasarkan persepsi responden citra merek OPPO dikategorikan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil statistik deskriptif bahwa citra merek OPPO dapat dengan mudah mengenali *brand* OPPO oleh masyarakat
3. *Brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap citra merek OPPO. 26% citra merek ditentukan oleh *brand image* dan 74% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti seperti potongan harga, kepuasan pelanggan, dan *word of mouth*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk Konsumen

Untuk mengetahui suatu produk baik atau buruk bagi konsumen bisa mengetahui dari citra merek produk tersebut, konsumen bisa menilai dari *brand ambassador* yang digunakan sehingga bisa mendapatkan informasi dari produk tersebut.

2. Untuk penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh terhadap citra merek. Karena selain *brand ambassador* masih banyak factor yang mempengaruhi citra merek.