

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha dan setelah diolah mengenai pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* pada produk Vaseline Men, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- (1) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” merupakan selebritis terkenal, responden menjawab setuju dengan jumlah 98 responden dan presentase sebesar 49%.
- (2) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” adalah artis yang berprestasi sebanyak 122 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 61%.
- (3) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” dikenal sebagai artis yang memiliki ketrampilan dan keahlian yang sangat baik sebanyak 104 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 52%.
- (4) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” memiliki integritas yang baik sebagai artis papan atas Indonesia sebanyak 114 responden menjawab setuju dengan presentasi sebesar 57%.

- (5) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” memiliki prestasi luar biasa baik di dalam negeri maupun luar negeri sebanyak 116 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 58%.
- (6) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” merupakan artis yang tepat dengan citra Ganteng Maksimal Vaseline Men sebanyak 116 responden menjawab setuju dengan tingkat presentase sebesar 58%.
- (7) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” sesuai dengan citra laki-laki Ganteng Maksimal sebanyak 126 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 63%.
- (8) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men berhasil membentuk citra kepada masyarakat untuk menggunakan produk pembersih wajah khusus laki-laki sebanyak 114 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 57%.
- (9) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” memiliki daya tarik yang luar biasa sebanyak 112 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 56%.
- (10) Tanggapan responden terhadap pernyataan bahwa responden sangat suka dengan Ariel “NOAH” sebanyak 112 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 56%.
- (11) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” dapat menarik perhatian yang sangat besar sebanyak 116 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 58%.

- (12) Tanggapan responden terhadap pernyataan Ariel “NOAH” memiliki kualitas yang baik sebagai duta iklan Vaseline Men sebanyak 72 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 36%.
- (13) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men merupakan jenis pembersih wajah yang banyak dikenal sebanyak 108 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 54%.
- (14) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men merupakan jenis pembersih wajah yang mampu memberikan kebersihan wajah maksimal sebanyak 120 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 60%.
- (15) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men merupakan merek Pembersih Wajah yang sangat kuat menarik keinginan untuk menggunakannya sebanyak 112 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 56%.
- (16) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men sangat kuat dalam membentuk citra sebagai pembersih wajah yang dapat membuat Ganteng Maksimal sebanyak 124 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 62%.
- (17) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men memiliki keunikan dibandingkan dengan pembersih wajah lain sebanyak 98 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 49%.

- (18) Tanggapan responden terhadap pernyataan Vaseline Men memiliki keunikan dalam memberikan wajah bersih dan cerah sebanyak 120 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 60%.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan :

1. Secara keseluruhan tanggapan atau penilaian konsumen mengenai Penggunaan Ariel “NOAH” sebagai *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Vaseline Men terbilang cukup baik, hal ini dilihat dari banyaknya alternative jawaban setuju yang dipilih pada kuisisioner.
2. Penggunaan Ariel “NOAH” sebagai *Brand Ambassador* yang ditinjau dari dimensi *Visibility*, *Credibility*, *Attraction* dan *Power* memiliki skor yang baik. Sehingga dapat mempengaruhi skor *Brand Image* Vaseline Men yang menggunakan Ariel “NOAH” untuk membentuk *Brand Image* produk tersebut.
3. Pengaruh Penggunaan Ariel “NOAH” sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* pada produk Vaseline Men adalah sebanyak 51,7%.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat membantu pihak perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan *Brand Image*. Adapun saran-saran tersebut adalah :

1. Vaseline Men dapat meningkatkan kegiatan promosi seperti : iklan, katalog khusus untuk lebih memperkenalkan produk mereka

2. Vaseline Men dapat membuat acara atau *event-event* tertentu dengan tema yang unik untuk meningkatkan promosi dan membangun *Brand Imagenya*.
3. Vaseline Men perlu meningkatkan inovasi produk dan kreatifitas untuk menghasilkan varian baru atau kandungan bahan baru seperti tambahan varian biji coklat yang lebih khas sehingga akan tampak lebih berbeda dari produk pembersih wajah lainnya lainnya.
4. Vaseline Men juga harus tetap dengan strategi harga rendah, baik itu dari segi promosi, pemasaran, dan desain produk, namun dengan kualitas yang terus ditingkatkan. Sehingga kedepannya konsumen lebih tertarik untuk membeli produk pembersih wajah karena *imagenya* bukan karena faktor-faktor lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan, peneliti mengharapkan dapat dilakukan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Jumlah responden kurang banyak diharapkan pada pemelitian berikutnya jumlah responden diperluas.
2. Variable yang diteliti sedikit , diharapkan pada penelitian berikutnya dapat ditambahkan variable-variabel lain yang mempengaruhi brand ambassador, seperti intensitas promosi, intensitas iklan