

BAB V

KESIMPULANDAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Cristiano Ronaldo sebagai *celebrity endorser* terhadap *brand image* pada iklan produk shampoo Clear Men, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut.

- Penelitian ini membuktikan bahwa Cristiano Ronaldo sebagai *celebrity endorser* berpengaruh terhadap *brand image* pada iklan produk shampoo Clear Mensebesar 56%, sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh faktor lain.
- Model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi *celebrity endorser* terhadap *brand image* atau bisa dikatakan bahwa Cristiano Ronaldo sebagai *celebrity endorser* berpengaruh terhadap *brand image* pada iklan produk shampoo Clear Men, hal ini karena nilai p value $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$.
- Dari hasil analisis regresi sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 1,641 + 0,658X$.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, diantaranya:

1. Peneliti tidak mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi kuesioner, yaitu kejujuran setiap responden dalam mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti.
2. Penelitian ini melibatkan objek penelitian dalam jumlah sangat terbatas, yakni sebesar 210 orang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada kelompok objek dengan jumlah yang besar.
3. Penelitian ini terbatas pada waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga dimungkinkan data kurang objektif.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat disampaikan yaitu:

- Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian sehingga dapat menghasilkan data yang lebih objektif.