

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian ini penulis menarik beberapa kesimpulan yang sesuai dengan data dan fakta yang didapat dan juga yang sesuai dengan tujuan penulisan penelitian ini.

Dengan hasil-hasil analisis yang telah didapat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Selebriti Endorser Agnes Monica memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap Citra Merek minuman isotonik Vitazone. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan pengujian dimana nilai signifikansi dalam uji t adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf nyata 0,5
2. Dari variabel Selebriti Endorser yakni *Credibility*, *Likeability*, *Attractiveness*, dan *Menaningfulness*, ternyata yang dominan mempengaruhi terhadap Citra Merek minuman isotonik Vitazone adalah variabel *Credibility*. Hal ini dapat dibuktikan dari uji t dimana nilai t hitung dari variabel *Credibility*, yakni sebesar 8.368 dan lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel lainnya.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, ternyata Selebriti Endorser Agnes Monica hanya berpengaruh sebesar 36.8%

terhadap Citra Merek minuman isotonik Vitazone. Dan sisanya sebesar 63.2% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan kriteria pengaruh Selebriti Endorser terhadap Citra Merek memiliki pengaruh yang rendah.

5.2 Saran

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai Selebriti Endorser Agnes Monica dan Citra Merek produk minuman isotonik Vitazone dibenak Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha di Bandung. Peneliti merasa perlu untuk memberikan saran berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dengan harapan bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi, khususnya bagi PT. Mayora Indah Tbk. Peneliti ingin memberikan saran sebagai berikut :

1. Peneliti ingin menyarankan pada pihak terkait, khususnya untuk perusahaan PT. Mayora Indah Tbk. Untuk lebih meningkatkan promosi melalui periklanan media televisi.
2. Dalam promosi melalui periklanan, sebaiknya perusahaan menggunakan Selebriti Endorser yang memiliki wawasan yang cukup luas mengenai produk yang akan diiklankan, sehingga dalam membawakan produk dalam periklanan dapat meyakinkan dan menambah kepercayaan pada produk, yang pada akhirnya mampu meningkatkan Citra Merek produk.
3. Kedepannya jika perusahaan PT. Mayora Indah Tbk. ingin menggunakan Selebriti Endorser selain Agnes Monica, maka hendaknya lebih memperhatikan faktor *Credibility* dari seorang Selebriti.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

4. Mengevaluasi secara periodik terhadap citra endorser periklanan minuman isotonik Vitazone, sehingga mendapatkan hasil apakah endorser perlu dipertahankan atau harus memilih endorser yang baru sesuai dengan *trend* yang sedang berkembang dengan cara memonitor kehidupan pribadinya apakah masih diminati oleh konsumen atau tidak, sehingga konsumen tidak bosan dengan tokoh periklanan yang ada.
5. Untuk penelitian lebih lanjut disarankan untuk menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak mengingat penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang minimal.