

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

5.2 Saran

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. Kopi Kapal Api dapat meningkatkan kegiatan promosi seperti : iklan, katalog khusus untuk lebih memperkenalkan produk mereka

2. Kopi Kapal Api dapat membuat acara atau *event-event* tertentu dengan tema yang unik untuk meningkatkan promosi dan membangun *Brand Imagenya*.
3. Kopi Kapal Api perlu meningkatkan inovasi produk dan kreatifitas untuk menghasilkan varian baru atau kandungan bahan baru seperti tambahan varian rasa capucino yang lebih khas sehingga akan tampak lebih berbeda dari produk minuman lainnya.
4. Kopi Kapal Api 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 Kopi Instan karena *imagenya* bukan karena faktor-faktor lain.