

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian secara deskriptif, verifikatif dan pengolahan data yang telah peneliti lakukan diketahui bahwa nilai *brand ambassador* Agnes Monica terhadap brand image vivo smartphone ( studi kasus pengunjung bekasi cyber park bekasi) adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kepopuleran Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,022 < 0,05$  , Dengan nilai koefisien *standardized coefficients* beta  $-0,210$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_o$  yang artinya pengaruh variabel kepopuleran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*.
2. Terdapat Pengaruh Kreadibilitas Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$  Dengan nilai koefisien *standardized coefficients* beta  $0,269$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_o$  yang artinya pengaruh variabel Kreadibilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*.

3. Terdapat Pengaruh Daya Tarik Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,036 < 0,05$  Dengan nilai koefisien *standardized coefficients* beta  $-0,194$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_o$  yang artinya pengaruh variabel Daya Tarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*.
4. Terdapat Pengaruh Kekuatan Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$  Dengan nilai koefisien *standardized coefficients* beta  $0,259$ . Hal ini menyatakan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_o$  yang artinya pengaruh variabel Daya Tarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone* di *Bekasi Cyber Park*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka disampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Agnes Monica harus tetap bisa mempertahankan image positif dari dirinya dengan cara tetap menjaga nama baiknya karena apabila Agnes Monica menimbulkan image negatif, maka akan sangat berpengaruh terhadap *brand image vivo smartphone*.

2. PT Vivo Smartphone harus bisa lebih memperbanyak *Brand Ambassador* lebih bagus dan melebihi seperti Agnes Monica. Untuk Meningkatkan *Brand Image* Vivo Smartphone sehingga konsumen akan menjadi lebih tertarik.
3. PT Vivo Smartphone sebaiknya terus menerus melakukan perbaikan dalam strategi dalam pemilihan *brand ambassador* karena semakin ketatnya persaingan *smarthphone* saat ini.
4. Kepopuleran, kreadibilitas, daya Tarik ,dan kekuatan pada sub variabel *brand ambassador* secara keseluruhan memiliki pengaruh yang terhadap brand image. Namun perlu dilakukan penelitian selanjutnya untuk mengetahui faktor lain yang menjadi indikator *brand image* pada produk *vivo smartphone*.

