



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta dimiliki IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka dengan ini peneliti dapat memberikan kesimpulan atas hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Ambassador* Lee Min Ho terhadap *Brand Image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta”. Kesimpulan yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Hasil ukuran besaran pengaruh *brand awareness* terhadap *brand image* Luwak White Koffie yaitu sebesar 8,911 (T.hitung) yang diartikan bahwa adanya pengaruh *brand awareness* terhadap *brand image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta. Merek Luwak White Koffie telah banyak diketahui oleh para konsumen Luwak White Koffie yang bertempat tinggal di daerah Jakarta. Para konsumen Luwak White Koffie mampu mengingat dan menyadari keberadaan merek.
2. Untuk hasil ukuran besar pengaruh *brand ambassador* Lee Min Ho terhadap *brand image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta yakni sebesar 2,333 (T. hitung) yang dapat diartikan bahwa adanya pengaruh *brand ambassador* Lee Min Ho terhadap *brand image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta. *Brand ambassador* Lee Min Ho terbukti memiliki pengaruh terhadap *brand image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta.

Adanya keuntungan bagi perusahaan dengan menggunakan Lee Min Ho sebagai *brand ambassador* untuk membantu dalam mempromosikan merek Luwak White Koffie dan dapat membantu perusahaan dalam menciptakan citra merek. *Brand*



awareness perusahaan yang telah ada sebelumnya yaitu menjadi *top brand* kopi instan nomor satu di Indonesia, tentunya dapat menciptakan citra merek Luwak White Koffie. Variabel *brand awareness* lebih memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap *brand image* Luwak White Koffie terutama di daerah Jakarta dibandingkan variabel *brand ambassador* Lee Min Ho.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti sampaikan bagian kesimpulan, selanjutnya peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Akademis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai *brand awareness* dan *brand ambassador* Lee Min Ho yang berpengaruh terhadap *brand image* Luwak White Koffie di daerah Jakarta. Terutama dapat memberikan penjelasan mengenai *brand awareness* yang dimiliki merek Luwak White Koffie dan adanya penggunaan Lee Min Ho sebagai *brand ambassador*. Serta melihat pengaruh keduanya pada *brand image* atau citra merek Luwak White Koffie di daerah Jakarta.
- b. Berharap penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Jika peneliti selanjutnya ingin meneliti mengenai *brand awareness*, *brand ambassador*, dan *brand image* dengan topik, konteks, serta cakupan yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya yang mengambil penelitian yang serupa dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam. Terutama mengembangkan teori dan konsep *brand awareness*, *brand ambassador*, serta



brand image secara lebih luas lagi. Misalnya dengan menggunakan metode penelitian eksperimen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Saran Praktis

- a. Dapat memberikan informasi kepada para konsumen bahwa *brand awareness* dan *brand ambassador* Lee Min Ho merupakan sumber yang sangat penting dalam menciptakan *brand image* Luwak White Koffie. Hal ini karena sebelumnya para konsumen perlu memiliki kesadaran akan merek Luwak White Koffie terlebih dahulu. Kemudian, dengan bantuan Lee Min Ho sebagai *brand ambassador* yang menghasilkan citra merek Luwak White Koffie.
- b. Berkaitan dengan jumlah para konsumen Luwak White Koffie di daerah Jakarta. Terutama daerah Jakarta Utara yang telah mendominasi sebagai daerah yang memiliki konsumen Luwak White Koffie terbanyak yaitu sebesar 43%. Berharap dengan ini, sesama para konsumen Luwak White Koffie di daerah Jakarta Utara dan juga di daerah Jakarta lainnya dapat saling bekerjasama dalam membantu menciptakan citra merek Luwak White Koffie yang baik dan dapat merekomendasikan merek pada konsumen – konsumen kopi lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.