



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap berbagai variabel penelitian yang berjudul : pengaruh *celebrity endorser* Sule terhadap *brand image* iklan televisi kartu provider AS di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie”, peneliti memberikan kesimpulan terhadap penelitian ini sebagai berikut:

1. Penayangan iklan televisi kartu provider AS di televisi memberikan pengaruh yang cukup signifikan sebesar 57,5% terhadap pembentukan *Brand Image* didalam mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini terjadi karena walaupun unsur-unsur dalam *Celebrity Endorser* masih belum dapat secara signifikan dalam pembentukan *Brand Image* kartu provider AS, namun ada unsur-unsur lainnya yang membuat masyarakat sadar akan iklan televisi kartu provider AS, contohnya dari kata-kata atau pesan dalam iklan mereka yang dapat menarik perhatian orang, tema yang lebih fresh dari iklan-iklan sebelumnya maupun kompetitor, dan kreatifitas iklan tersebut.
2. Penayangan iklan televisi kartu provider AS di televisi, memberikan pengaruh yang netral terhadap citra merk atau *Brand Image* kartu provider AS, dimana unsur-unsur dalam *Celebrity Endorser* iklan televisi tersebut belum dapat memenuhi harapan dan belum dapat membantu kartu provider AS dalam membangun citra merk atau *Brand Image* yang positif di benak mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif

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.



variabel, dimana responden cenderung memilih kategori “BS” (Biasa saja) atau Netral pada pernyataan positif yang peneliti buat terhadap *Celebrity Endorser* maupun *Brand Image* kartu provider AS.

3. Peneliti mendapati bahwa pengaruh mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, bersifat netral atau biasa saja terhadap iklan televisi kartu provider AS dengan *Celebrity Endorser* Sule. Adanya pengaruh tersebut terhadap kartu provider AS berkaitan dengan iklan televisi, dimana *Celebrity Endorser* dalam iklan tersebut yaitu Sule nampaknya masih berada pada level yang minim dan belum dapat membangun citra merek atau *Brand Image* kartu provider AS secara signifikan.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan sebelumnya dan hasil penelitian dari bab IV, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat membantu peningkatan citra merek atau *Brand Image* kartu provider AS.

Saran Akademis

- Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, penelitian dapat menggunakan metode kualitatif agar hasil menjadi lebih seimbang dan dapat dikaji melalui dua pandangan yang berbeda.
- Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, dapat memperdalam penelitian dengan menambahkan konsep lainnya yang lebih mendukung penelitian, seperti penyebab menyebarnya nama kartu provider AS melalui *Word of Mouth Marketing* ataupun dengan melihat dari sisi kreatifitas iklan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



- c. Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa, untuk lebih memilih responden yang cakupannya lebih luas, seperti masyarakat kelapa gading, Jakarta Utara. Dikarenakan dapat lebih mudah untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Saran Praktis

- a. Apabila kartu provider AS ingin menayangkan kembali iklan televisi mereka, maka perlu diadakan pergantian *Celebrity Endorser*. Bintang iklan yang baik adalah mereka yang dapat menimbulkan kepercayaan penonton, mempunyai keahlian dibidang yang diiklankan, mempunyai daya tarik fisik yang tinggi, mendapatkan respon dari penonton, dan kesesuaian atau kecocokan terhadap produk yang diiklankan. Dari kategori-kategori tersebut maka peneliti menyarankan untuk menggunakan artis terkenal ataupun artis yang sedang naik daun sebagai bintang iklan kartu provider AS.
- b. Suasana dalam iklan pun harus dibuat lebih simpel dan elegan sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang. Adapun kriteria iklan yang baik adalah iklan yang mempunyai kreatifitas yang tinggi baik dari segi nada penyampaian yang mudah ditangkap oleh penonton, pilihan kata-kata yang mudah dimengerti, unsur format iklan yang menarik dan mengikuti tren, serta gaya penyampaian baik oleh bintang iklan maupun oleh narator.

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.