

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel *brand ambassador* (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *brand awareness* (Y). hal ini menunjukkan bahwa (Ha1) ditolak dan Ho1 diterima. Tidak adanya pengaruh *Brand Ambassador* terhadap *Brand awareness* bisa disebabkan beberapa hal antara lain indikator- indikator *brand ambassador* yaitu, Daya Tarik, Keahlian, Kepercayaan, Kekuatan yang diukur dalam penelitian ini tidak sepenuhnya dapat mempengaruhi *brand awareness*.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa penggunaan *tagline* berpengaruh dan signifikan terhadap *brand awareness*. Hal ini berarti *tagline* yang baik dan mudah diingat dapat membuat masyarakat mengenali merek tersebut.
3. Terbukti bahwa *brand ambassador* dan *tagline* berpengaruh secara simultan terhadap *brand awareness*. Hal ini menunjukkan bahwa Ha3 diterima, yaitu “Terdapat Pengaruh *Brand Ambassador* (X1) dan *Tagline* (X2) terhadap *Brand awareness* (Y) konsumen pada produk wardah

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi pihak perusahaan PT. Paragon Technology and Inovation (PTI) dengan produknya yaitu Wardah diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan *brand awareness* khususnya produk Wardah. Dari hasil penelitian ini saran yang dapat diberikan adalah berkaitan dengan *Brand ambassador* sebab tidak adanya pengaruh terhadap *brand awareness*. Sebaiknya

perusahaan lebih sering mempublikasikan *Brand ambassador* tersebut kepada masyarakat baik melalui media cetak maupun elektronik. Karena dengan semakin seringnya masyarakat melihat *Brand ambassador* itu di media iklan, akan semakin tinggi pula *brand awareness* konsumen akan suatu produk.

2. Bagi pihak perusahaan PT. Paragon Technology and Inovation (PTI) dengan produknya wardah agar tetap mempertahankan strategi pemasarannya dengan menggunakan *tagline* sebagai perwakilan produk dalam meningkatkan *brand awareness* konsumen pada produk wardah. Karena jika kesadaran akan merek sudah meningkat maka loyalitas konsumen yang akan meningkatkan penjualan.

3. Bagi pihak perusahaan PT. Paragon Technology and Inovation (PTI) dengan produknya wardah agar tetap terus berinovasi dengan mengikuti trend yang ada, serta meningkatkan strategi pemasaran agar dapat mempertahankan pangsa pasar serta menarik perhatian konsumen.

