

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif selain itu juga menggunakan teori AIDA Menurut Mackey (dalam Hadiyanti, 2016) teori AIDA mengacu pada perhatian (*attention*), meningkatkan ketertarikan/minat (*interest*), meningkatkan minat (*desire*), dan tindakan konsumen dalam melakukan tindakan pembelian (*action*).

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Melihat dari hasil pembahasan variabel *Visability* (popularitas) X1 terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 mengambil kesimpulan bahwa *Visability* (popularitas) X1 hanya berpengaruh signifikan terhadap *Attention* (perhatian) Y1.
2. Melihat dari hasil pembahasan variabel *Credibility* (popularitas) X2 terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 mengambil kesimpulan bahwa *Credibility* (kredibilitas) X2 berpengaruh terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 sehingga kredibilitas Song Joong Ki sebagai brand ambassador scarlett whitening dapat berpengaruh signifikan.
3. Melihat dari hasil pembahasan variabel *Attraction* (daya tarik) X3 terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 mengambil kesimpulan bahwa *Attraction* (daya tarik) X3 berpengaruh terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 sehingga *Attraction* (daya tarik) Song Joong Ki sebagai brand ambassador scarlett whitening dapat berpengaruh signifikan.

4. Melihat dari hasil pembahasan variabel *Power* (tindakan) X4 terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 mengambil kesimpulan bahwa *Power* (tindakan) X4 berpengaruh signifikan terhadap *Attention* (perhatian) Y1, *Interest* (minat) Y2, *Desire* (ingin) Y3 dan *Action* (tindakan) Y4 sehingga *Attraction* (daya tarik).

5.2 Kritik

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa hasil yang tidak signifikan yaitu pada variabel *Visibility* (popularitas) hanya signifikan sampai pada *attention* (perhatian) yang artinya popularitas song joong ki hanya menarik perhatian followers @thesongjoongki tidak sampai ingin, minat dan melakukan tindakan dalam minat beli hand & body lotion, yang dapat dilihat beberapa kemungkinan diantaranya : brand ambassador memerankan iklan yang kurang energik dan persuasif atau memang kualitas produknya yang bagus, cakupan iklan diinstagram kurang luas, dsbnya.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, saran yang dapat peneliti berikan ialah melakukan kegiatan promosi melalui iklan televisi berkala agar produk-produk *Hand & Body Lotion Scarlett Whitening* semakin diketahui oleh masyarakat luas tidak hanya pengguna media sosial instagram saja melainkan seluruh masyarakat sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak.