

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif yang dilakukan dan berdasar pada rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah ditetapkan untuk mengetahui “Pengaruh Brand Ambassador Dan Tagline Terhadap Brand Awareness Shopee Indonesia Di Surabaya”. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa *brand ambassador* dan *tagline* berpengaruh positif terhadap *brand awareness*.
2. Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa secara simultan *brand ambassador* dan *tagline* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. Sedangkan secara parsial ditemukan pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand awareness* tidak signifikan, sementara itu *tagline* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran diantaranya yaitu:

1. Untuk peneliti yang akan datang dengan topik terkait, diharapkan peneliti dapat memperluas populasi responden sehingga tidak hanya dari kalangan masyarakat wilayah Surabaya saja melainkan seluruh masyarakat umum seluruh Indonesia. Selain itu, Mengingat variabel bebas (*brand ambassador* dan *tagline*) dalam

penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi *brand awareness*, maka peneliti selanjutnya dapat menggunakan indikator-indikator yang berbeda serta lebih lengkap dan diambil berdasarkan sumber-sumber yang valid dan kredibel, sehingga pada analisis penelitian atau indikator-indikator lebih valid dan reliabel dalam mengukur atau menganalisis variabel yang digunakan. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan variabel lain dalam melakukan sebuah penelitian yang menggunakan objek Shopee.

2. Untuk perusahaan terkait yaitu PT Shopee International Indonesia dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran terutama untuk membangun kesadaran merek konsumen. Selain itu peneliti berharap bahwa PT Shopee International Indonesia tetap mempertahankan strategi komunikasi pemasaran dengan selalu melakukan inovasi-inovasi yaitu dengan menggunakan brand ambassador yang saat ini sedang populer dan diminati oleh masyarakat serta selalu menggunakan tagline yang unik dan mudah diingat agar dapat meningkatkan brand awareness dari Shopee.