

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap *Brand Awareness* maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Ambassador* dapat memberikan kontribusi terhadap Brand Awareness pada Luwak White Koffie. Semakin baik brand ambassador maka akan semakin tinggi *brand awareness* konsumen tersebut.
2. Tagline tidak memberikan kontribusi terhadap brand awareness pada Luwak White Koffie. Sebaik apapun *tagline* tidak akan berpengaruh pada *brand awareness*,

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan anantara lain sebagai berikut:

1. Luwak White Koffie saat ini mempunyai *brand ambassador* yang memiliki daya tarik. Maka selanjutnya jika Luwak White Koffie akan mengganti brand ambassador yang baru, perusahaan harus mempertahankan memilih brand ambassador yang memiliki daya tarik.
2. Sebaiknya Luwak White Koffie memperbaiki *taglinenya*, dengan membuat Tagline yang sederhana (simple) dapat ditandai dengan

gambar yang didukung oleh kata-kata yang menarik atau unik terkait dengan produk Luwak White Koffie.