BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Tagline serta Brand Ambassador terhadap Brand Image produk Nature Republic. Berlandaskan temuan serta pembahasan, peneliti menyimpulkan yakni :

1. Variabel Tagline (X1) serta Brand Ambassador (X2) secara simultan berpengaruh signifikan pada Brand Image (Y).
2. Variabel Tagline (X1) secara parsial berpengaruh signifikan pada Brand Image (Y).
3. Variabel Brand Ambassador (X2) secara parsial berpengaruh signifikan pada Brand Image (Y).

5.2 Saran

Berlandaskan temuan serta kesimpulan pada penelitian ini, di simpulkan berbagai saran yakni :

1. Untuk meningkatkan Brand Image produk Nature Republic peneliti menyarankan, harus lebih memperhatikan berbagai hal dalam menanamkan citra atau image perusahaan yang baik didalam benak konsumen, seperti dalam memilih Tagline menggunakan kata – kata yang

baik dan perusahaan dapat lebih berinovasi dalam membuat tagline.

2. Dalam pemilihan Brand Ambassador perusahaan tetap memperhatikan masalah reputasi dan citra dari selebriti yang ditunjuk sehingga dapat menarik konsumen dan tidak terkena masalah skandal yang dimiliki selebriti. Selain itu Brand Ambassador yang dipilih lebih baik jika memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi agar mudah dikenal semua orang.
3. Bagi peneliti selanjutya diharapkan agar menambah variabel lain pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang menyeluruh terkait dengan brand image.