

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab empat maka dapat disimpulkan bahwa duta merek tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepercayaan merek, akan tetapi duta merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan merek melalui citra merek yang terbentuk pada produk oronamin c. Sedangkan kesadaran merek berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepercayaan merek dan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek melalui citra merek.

Variabel duta merek tidak dapat berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepercayaan merek disebabkan karena konsumen menilai Vincent dan Desta masih belum cocok menjadi duta merek Oronamin c karena tidak mempunyai pengetahuan mengenai kesehatan. Berdasarkan teori ELM menunjukkan bahwa konsumen pada penelitian ini melakukan proses informasi dengan jalur peripheral yang dapat diartikan bahwa mereka adalah golongan orang yang lebih focus kepada komunikasi dibandingkan dengan isi pesan tersebut. Jika dilihat dengan teori ini dapat membentuk perubahan kepercayaan, perilaku, dan sikap yang akhirnya membentuk sebuah kepercayaan dan citra merek responden terhadap oronamin c.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa duta merek tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan merek. Maka peneliti memberikan saran untuk melakukan penelitian pada sampel yang luas tidak hanya pada pengguna Instagram tetapi pada seluruh konsumen oronamin c karena oronamin c tidak hanya melakukan promosi pada Instagram saja. Selanjutnya peneliti juga menyarankan untuk menguji indikator yang dimiliki duta merek terhadap kepercayaan merek sehingga dapat diketahui indikator mana yang paling menentukan peningkatan kepercayaan merek.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat disampaikan bagi Perusahaan oronamin c yaitu dapat dengan menambahkan duta merek yang sesuai dengan informasi yang ingin disampaikan yaitu selebriti yang mempunyai pengetahuan mengenai kesehatan seperti seorang dokter yaitu Dr. Tirta dan lainnya. atau seseorang yang mempunyai konten kesehatan sehingga konsumen dapat secara langsung mempercayai informasi yang diberikan.

