

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan :

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah seorang *brand ambassador* seperti Valentino Rossi berpengaruh pada *brand awareness* suatu perusahaan seperti Yamaha Motor Indonesia. Pada penelitian ini peneliti menggunakan data yang diambil dari kuesioner penelitian mengenai pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand awareness* Yamaha Motor yang diisi oleh 149 Responden.

Kesimpulan yang dapat diambil diantaranya :

1. Valentino Rossi berpengaruh kepada *brand awareness* Yamaha dengan indikator *objectivity* yang tinggi pada kriteria dia sebagai *brand ambassador*
2. Yamaha harus mencari *brand ambassador* baru dari pembalap MotoGP terbaru sebagai pengganti Rossi dalam meningkatkan awareness mereka

4.2 Saran

4.2.1 Saran Penelitian :

1. Mencari *brand ambassador* dengan kriteria memiliki reputasi yang baik seperti Valentino Rossi,
2. Mencari *brand ambassador* dengan kriteria memiliki penampilan baik seperti Valentino Rossi,

4.2.2 Saran Untuk perusahaan :

1. Meningkatkan bisnis Yamaha menggunakan *brand ambassador* baru dari kalangan pembalap MotoGP sebagai pengganti Rossi

4.3 Implikasi :

Pada temuan penelitian dapat dilihat pentingnya memilih *brand ambassador* yang tepat dalam meningkatkan *awareness* dan reputasi perusahaan. Dari hasil analisis, dapat dilihat bahwa faktor-faktor seperti popularity, *expertise*, *objectivity*, *likeability* dan

persuasive memiliki pengaruh yang berbeda pada kesadaran konsumen terhadap *brand* yamaha.

Dengan demikian, penting untuk Yamaha dalam memilih *brand ambassador* yang tidak hanya populer, tetapi juga memiliki keahlian, integritas, daya tarik, dan kemampuan persuasi yang kuat. Memilih *brand ambassador* dengan reputasi yang baik dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan *awareness* Yamaha dan memperkuat posisi perusahaan dalam pasar otomotif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bolasport.com. (n.d.). *Dampak Pensiunnya Valentino Rossi dari MotoGP Khusus untuk Yamaha - Bolasport.com*. Www.bolasport.com. Retrieved June 9, 2024,
- Danul, M. G. V. (n.d.). *Arena Persaingan Sengit di Dunia Otomotif: Yamaha dan Honda Mengejar Target Penjualan 80% di Akhir Tahun 2023 - Vagansa*. Arena Persaingan Sengit Di Dunia Otomotif: Yamaha Dan Honda Mengejar Target Penjualan 80% Di Akhir Tahun 2023 - Vagansa. Retrieved June 7, 2024.
- Dra. Aisa Manilet, M.Ag, Muammar Marupeay, MM, Strategi Pengembangan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Iain Ambon, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan 9 (1), 2018 hal 27
- Fauzi, U. (n.d.). Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah. *Youth & Islamic Economic Journal*, 2. Retrieved June 10, 2024,
- Hakiki, O., Robith Setiana, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mubarokiyah, L. (n.d.). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA UNIT PELAKSANA TEKNIS DAERAH PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT (UPTD PUSKESMAS) PAGERAGEUNG KABUPATEN TASIKMALAYA. *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(8). Retrieved June 9, 2024,
- Kepercayaan, P., Promosi, D., Keputusan, T., Aplikasi, P., Muhammad, M., Setiawan, H., Komarudin, R., Kholifah, D., & Mandiri, U. (n.d.). *Jurnal*, 4(2). Retrieved July 4, 2024,
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Luwena, G. (2023, May 8). *12 Cara Meningkatkan Brand Awareness Bisnis dan Produk - Sribu*. Blog Sribu.

Manajemen, S. M. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1).

Marcellino, Z., Rachmawati, I., Prodi, M., Komunikasi, I., Komunikasi, Kunci, K., Periklanan, Beli, M., & Adventure, E. (n.d.). *Prosiding Manajemen Komunikasi Hubungan Fiersa Besari sebagai Brand Ambassador Eiger Adventure dengan Minat Beli Komunitas Pendaki Gunung Bandung The Relationship Between Fiersa Besari as Brand Ambassador Eiger Adventure with Buying Intention of Mountain Climbers Community in Bandung*. Retrieved June 8, 2024,

Pada, S., Motor, P., Di, Y., Cahaya, P., Ciamis, S., Saputri, D., Mulyatini, N., Basari, A., Ekonomi, F., & Galuh, U. (n.d.). 2. Retrieved June 8, 2024.

Putra, M., Yusri, S., Fakultas, A., & Administrasi, I. (2014). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND IMAGE SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada pengguna LINE di Asia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 12(1)*.

Riani, T (2021). PENGARUH PAJAK RESTORAN DAN PAJAK HOTEL TERHADAP PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA PADANGSIDEMPUAN PERIODE 2018-2020.

Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021b). ANALISIS BRAND AWARENESS DAN PENGARUHNYA TERHADAP BUYING DECISION MOBIL TOYOTA CALYA DI MAKASSAR. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37.

Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 164–173.

Two Yamahas One Passion Yamaha Motor dan Yamaha Music di Indonesia. (n.d.).

Official, fortuna M. (2020, April 17). *Sejarah Yamaha dan Perjalanan Panjangnya dari Waktu ke Waktu.* Yamaha Fortuna Motor Official.

Yamaha Motor Co. Ltd and Valentino Rossi Sign Brand Ambassador Agreement - News releases. (n.d.). Yamaha Motor Co., Ltd. Retrieved June 8, 2024.

