

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dengan judul “Kredibilitas Nikita Mirzani sebagai *Brand Ambassador* Bening’s Indonesia pada *Followers* Bening’s Indonesia” dapat disimpulkan bahwa Nikita Mirzani merupakan orang yang kredibel sebagai *Brand Ambassador* Bening’s Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pertama, nilai *mean* indikator *knowledge* sebesar 3,1 dengan kategori kuat yang berarti Nikita Mirzani memiliki pengetahuan seputar dunia kecantikan dan produk dari Bening’s Indonesia. Kedua, nilai *mean* indikator *skill* sebesar 2,96 dengan kategori kuat yang berarti Nikita Mirzani memiliki keahlian di dalam dunia kecantikan dan ahli dalam mempromosikan produk. Ketiga, nilai *mean* indikator *experience* sebesar 2,98 dengan kategori kuat yang berarti Nikita Mirzani memiliki pengalaman di dalam dunia kecantikan dan mempromosikan produk. Keempat, nilai *mean* indikator *trusted* sebesar 3,03 dengan kategori kuat yang berarti Nikita Mirzani merupakan orang yang dapat dipercaya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran yang peneliti berikan:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan teori yang sudah disampaikan, bahwa seorang *brand ambassador* harus memiliki kredibilitas yang baik yang bertujuan untuk

meningkatkan rasa percaya calon konsumen pada *brand ambassador* dan perusahaan, maka saran dari peneliti adalah untuk kedepannya, ketika akan menunjuk atau bekerja sama dengan seorang artis atau selebriti sebagai *brand ambassador*, perusahaan sebaiknya tetap memiliki kualifikasi khusus mengenai kredibilitas dari calon *brand ambassador* tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bening's Indonesia merupakan perusahaan *brand skincare* yang baru berdiri pada awal tahun 2021 dan menjadikan beberapa artis Indonesia sebagai *brand ambassador*. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lain di luar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

C. Batasan Penelitian

Batasan pada penelitian ini terletak pada penggunaan satu variabel dalam penelitian yang berdampak pada kurangnya pendalaman dalam pembahasan mengenai fenomena atau permasalahan yang diangkat. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mempertimbangkan mengenai variabel dan relevansi antara teori dan permasalahan sehingga pembahasan akan lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Bening's Indonesia*. (2021). Retrieved September 11, 2022, from Bening's Indonesia: beningsindonesia
- Cholil, A. M. (2018). *101 Branding Ideas: Strategi Jitu memenangkan hati konsumen*. Anak Hebat Indonesia.
- Dyah, I. (2016, April 10). *Beautynesia*. Retrieved September 11, 2022, from beautynesia.id: <https://www.beautynesia.id/life/loreal-paris-gandeng-maudy-ayunda-menjadi-brand-ambassador/b-112170>
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Keller, K. L. (1993). *How to Manage Brand Equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Inggris: Pearson.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kurniawan, D. (2022, Juli 24). *Tribun Medan*. Retrieved Oktober 12, 2022, from TribunMedan.com: <https://medan.tribunnews.com/2022/07/24/deretan-12-kasus-nikita-mirzani-prostitusi-penganiaya-hingga-penghinaan-nama-baik-kebal-hukum?page=all>
- Kurniawan, F. J., & Kunto, Y. S. (2014). Analisa Pengaruh Visibility, Credibility, Attraction dan Power Celebrity Endorser terhadap brand Image Bedak Marcks Venus. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Lanongbuka, M. C. (2018). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENTS TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN (Studi penggunaan Karin Novilda sebagai bintang iklan dalam Instagram).
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. New Jersey: Wiley.

Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DIAN SASTROWARDOYO TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK MAKEUP L'OREAL PARIS.

NapoleonCat. (2022, Juni). Retrieved Juli 11, 2022, from <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2022/#section-instagram>

Nofiauwaty, Fitrianto, M. E., & Iisnawati. (2020). Brand Ambassador and the Effect to Consumer .

Percy, L., & Rossiter, J. R. (1985). *Advertising Communication Models*. ACR North American Advances.

Royan, F. M. (2014). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Severino, A., & Herawati, A. F. (2015). Pengaruh Tingkat Kreativitas Iklan di Media Online Terhadap Tingkat Ketertarikan Menonton Iklan Pada Pengguna Situs Online (Studi Kuantitatif Eksplanatif Mengenai Pengaruh Tingkat Kreativitas Iklan di Youtube Terhadap Tingkat Ketertarikan Menonton Iklan d. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode*. Bandung: PT. Alfabet.

Umar, H. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian

KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS* BENING'S INDONESIA

Halo, perkenalkan nama saya Alexander Uriel Natanael mahasiswa tingkat akhir program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir dijenjang perkuliahan S1 mengenai “**KREDIBILITAS NIKITA MIRZANI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PERUSAHAAN BENING'S INDONESIA PADA *FOLLOWERS* BENING'S INDONESIA**”

Adapun beberapa kriteria yang sudah ditentukan di dalam penelitian ini:

1. *Followers* dari Bening's Indonesia yang mengetahui Nikita Mirzani sebagai *brand ambassador* Bening's Indonesia.
2. *Followers* dari Bening's Indonesia yang mengetahui kasus-kasus Nikita Mirzani.

Saya memohon kesediaan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan sejujur-jujurnya. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

1. Jenis kelamin:
 Pria
 Wanita

Kuisisioner yang akan diisi akan menggunakan skala Likert, di mana terdapat lima pilihan jawaban dari setiap pertanyaan yang akan diberikan, yaitu:

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

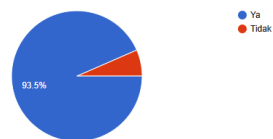
<i>Credibility</i>		SS	S	TS	STS
<i>Knowledge</i>					
1	Nikita Mirzani memiliki pengetahuan mengenai dunia kecantikan				
2	Nikita Mirzani memiliki pengetahuan mengenai produk skincare dari Bening's Indonesia				
<i>Skill</i>					
3	Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli di dalam bidang kecantikan				
4	Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli di dalam mempromosikan produk dari Bening's Indonesia				
5	Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli dalam merepresentasikan perusahaan Bening's Indonesia				
<i>Experience</i>					
6	Nikita Mirzani merupakan orang yang berpengalaman di bidang kecantikan				
7	Nikita Mirzani merupakan orang yang berpengalaman dalam mempromosikan produk perusahaan				
<i>Trusted</i>					
8	Nikita Mirzani merupakan orang yang dapat dipercaya				

2. Hasil Jawaban Responden

Sebelum melanjutkan kuisisioner ini, peneliti memiliki kriteria khusus bagi responden yang akan mengisi kuisisioner ini, yaitu:

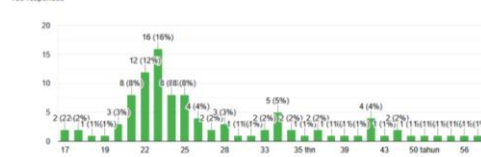
- Mengetahui Nikita Mirzani
- Mengetahui bahwa Nikita Mirzani adalah *brand ambassador* dari Bening's Indonesia

107 responses



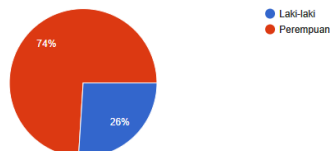
Usia anda

100 responses

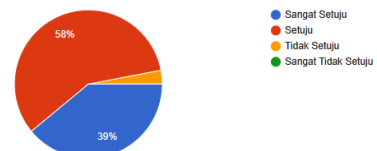


Jenis Kelamin

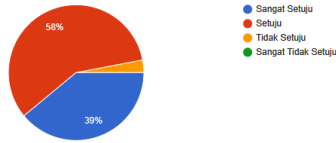
100 responses



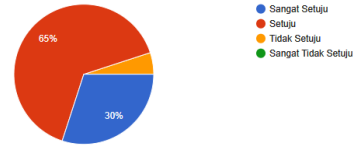
responses



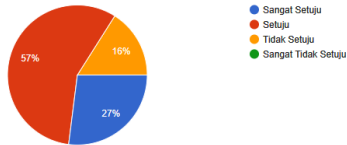
Nikita Mirzani memiliki pengetahuan mengenai dunia kecantikan
100 responses



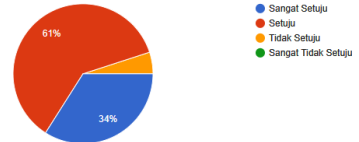
Nikita Mirzani memiliki pengetahuan tentang produk dari Bening's Indonesia
100 responses



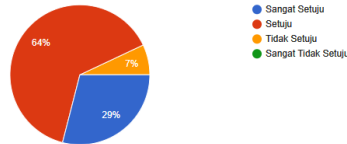
Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli dalam bidang kecantikan
100 responses



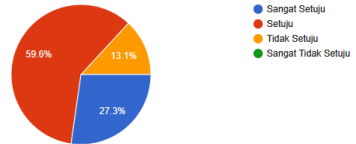
Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli dalam mempromosikan produk dari Bening's Indonesia
100 responses



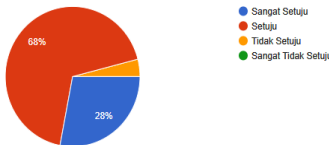
Nikita Mirzani merupakan orang yang ahli dalam merepresentasikan perusahaan Bening's Indonesia
100 responses



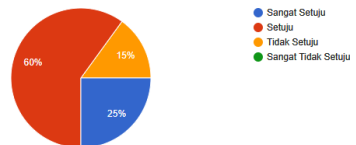
Nikita Mirzani merupakan orang yang berpengalaman di bidang kecantikan
99 responses



Nikita Mirzani merupakan orang yang berpengalaman dalam mempromosikan produk perusahaan
100 responses



Nikita Mirzani merupakan orang yang dapat dipercaya
100 responses



3. Hasil Uji Validitas Skala Likert Pada Variabel Kredibilitas

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.400*	.319	.452*	.497**	.312	.477**	.208	.634**
	Sig. (2-tailed)		.029	.085	.012	.005	.093	.008	.271	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.400*	1	.473**	.447*	.473**	.622**	.481**	.132	.756**
	Sig. (2-tailed)	.029		.008	.013	.008	.000	.007	.488	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.319	.473**	1	.337	.571**	.555**	.242	.022	.679**
	Sig. (2-tailed)	.085	.008		.069	.001	.001	.197	.908	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.452*	.447*	.337	1	.843**	.191	.343	.146	.685**
	Sig. (2-tailed)	.012	.013	.069		.000	.311	.064	.441	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.497**	.473**	.571**	.843**	1	.299	.377**	.155	.777**
	Sig. (2-tailed)	.005	.008	.001	.000		.109	.040	.414	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.312	.622**	.555**	.191	.299	1	.236	.434*	.707**
	Sig. (2-tailed)	.093	.000	.001	.311	.109		.209	.016	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.477**	.481**	.242	.343	.377**	.236	1	.507**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.008	.007	.197	.064	.040	.209		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.208	.132	.022	.146	.155	.434*	.507**	1	.487**
	Sig. (2-tailed)	.271	.488	.908	.441	.414	.016	.004		.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.634**	.756**	.679**	.685**	.777**	.707**	.656**	.487**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

4. Hasil Uji Reliabilitas Skala Likert Pada Variabel Kredibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	8

5. Distribusi Frekuensi Variabel Kredibilitas

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.00	27	90.0	90.0	90.0
4.00	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	6.7	6.7	6.7
3.00	23	76.7	76.7	83.3
4.00	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	23.3	23.3	23.3
3.00	21	70.0	70.0	93.3
4.00	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	2	6.7	6.7	6.7
3.00	24	80.0	80.0	86.7
4.00	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	10.0	10.0	10.0
3.00	24	80.0	80.0	90.0
4.00	3	10.0	10.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	6	20.0	20.0	20.0
3.00	22	73.3	73.3	93.3
4.00	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	1	3.3	3.3	3.3
3.00	25	83.3	83.3	86.7
4.00	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

X8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	10.0	10.0	10.0
3.00	23	76.7	76.7	86.7
4.00	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.1000	3.1000	2.8333	3.0667	3.0000	2.8667	3.1000	3.0333
Median		3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000	3.0000
Mode		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00

6. Tabel Hasil Jawaban Seluruh Responden dalam Skala Likert

Usia	Jenis Kelamin	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8
18	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	4
17	Perempuan	4	4	3	4	4	4	4	4
20	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3
21	Perempuan	2	2	2	2	2	2	2	2
17	Perempuan	3	4	3	4	4	3	3	2
22	Perempuan	3	3	2	3	3	2	3	3
18	Laki-laki	3	2	2	3	3	2	4	4
18	Laki-laki	3	4	3	3	3	4	3	4
23	Laki-laki	3	3	2	3	2	3	3	3
22	Laki-laki	4	4	3	3	3	3	4	3
19	Laki-laki	3	3	3	3	3	2	3	2
24	Laki-laki	3	3	2	2	2	3	3	3
22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Perempuan	3	3	2	4	3	2	3	3
23	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
23	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
25	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
24	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
23	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
22	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
23	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
25	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
20	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
24	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
22	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	3	3
26	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
21	Perempuan	4	3	4	4	4	3	3	3
23	Perempuan	3	4	4	3	3	3	4	3
21	Perempuan	3	3	2	2	2	2	3	2
18	Perempuan	4	4	4	4	4	4	3	3
22	Laki-laki	3	3	2	4	3	3	4	3
24	Laki-laki	4	3	2	3	3	2	3	3
22	Laki-laki	4	4	4	3	3	4	4	3
50	Perempuan	3	3	2	3	4	3	3	3
23	Laki-laki	3	3	3	4	4	2	2	3
22	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	2

23	Perempuan	2	3	2	3	3	2	3	2
21	Perempuan	3	4	4	3	3	3	3	4
22	Laki-laki	3	3	2	3	3	2	3	2
23	Laki-laki	4	3	4	3	3	3	4	4
22	Laki-laki	4	4	4	3	4	4	3	3
20	Laki-laki	4	3	3	4	3	4	3	4
21	Perempuan	3	4	4	3	3	4	3	3
33	Perempuan	4	2	3	3	3	3	3	2
35	Perempuan	4	3	3	3	4	4	4	3
21	Perempuan	3	4	3	4	3	3	3	3
25	Perempuan	3	4	3	3	3	3	4	3
25	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4
22	Perempuan	4	3	3	4	3	4	4	3
47	Perempuan	3	4	3	4	4	3	4	3
28	Perempuan	4	4	3	3	4	4	4	4
29	Perempuan	3	3	3	4	4	4	4	3
30	Perempuan	3	3	3	4	3	3	3	4
28	Perempuan	3	4	3	3	4	4	4	4
47	Perempuan	3	3	2	3	3	3	3	3
50	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
56	Perempuan	3	3	3	3	3	3	3	3
39	Perempuan	3	3	2	3	3	3	3	3
35	Perempuan	3	3	3	2	2	3	2	2
42	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	2
28	Perempuan	3	4	4	4	4	2	3	2
38	Laki-laki	3	3	3	3	3	3	3	4
37	Perempuan	4	4	4	3	3	4	3	4
25	Perempuan	3	3	3	4	4	3	4	4
43	Perempuan	4	3	3	3	4	3	4	4
37	Perempuan	3	3	3	4	4	3	3	2
34	Perempuan	3	2	3	2	3	3	2	4
34	Perempuan	3	3	4	4	3	3	3	4
27	Perempuan	4	3	3	4	4	3	3	4
23	Perempuan	4	3	4	4	4	3	3	4
23	Perempuan	4	3	3	4	3	4	3	3
23	Perempuan	4	3	3	4	4	3	3	3
24	Perempuan	3	4	3	4	3	4	3	4
42	Perempuan	3	2	3	2	3	4	4	3
25	Laki-laki	4	4	3	3	4	3	3	3
26	Perempuan	4	4	4	3	4	3	4	3
23	Perempuan	4	3	4	3	4	3	3	3

26	Perempuan	3	4	3	3	3	3	3	3
23	Perempuan	4	3	4	3	4	4	3	4
24	Laki-laki	4	3	4	3	3	3	4	4
24	Laki-laki	4	3	4	4	3	3	4	3
23	Perempuan	3	4	3	4	3	4	3	3
25	Perempuan	4	3	4	3	3	4	3	4
23	Laki-laki	4	4	4	3	4	3	4	4
25	Perempuan	4	4	3	4	4	4	3	3
27	Laki-laki	4	3	4	4	3	4	4	3
33	Laki-laki	4	3	3	4	4	3	4	3
24	Perempuan	4	3	3	3	2	3	3	2
42	Perempuan	3	3	4	3	3	4	3	2
48	Perempuan	2	3	3	3	2	3	3	3
34	Laki-laki	4	4	4	3	3	4	3	2
26	Laki-laki	4	3	4	3	3	3	3	3
55	Perempuan	3	4	4	3	4	4	3	4
35	Perempuan	3	4	3	4	3	3	4	3
42	Perempuan	4	4	3	4	3	3	4	3
34	Perempuan	4	3	3	4	3	4	3	3
34	Laki-laki	4	3	4	3	3	3	3	3
41	Perempuan	4	3	3	4	3	3	4	3