

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapat berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pada variabel X yakni Marketing Public Relations sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah Pernyataan ke 5 dimensi acara dengan mean paling tinggi sebesar 3,82. Dimana responden menjawab bahwa Somethinc melakukan perluasan produk dengan kolaborasi bersama NCT Dream yang dapat menarik perhatian para pembeli. Dengan jawaban sangat setuju sebanyak 49 dan setuju sebanyak 49. Dengan begitu brand somethinc telah berhasil melakukan marketing public relations dengan inovasi yang baik.
2. Pada variabel Y yakni Citra Brand sebagian besar responden menjawab setuju. Sedangkan dimensi yang paling banyak memperoleh jawaban sangat setuju adalah Pernyataan ke 7 dimensi kesadaran dengan mean paling tinggi sebesar 3,71. Dimana responden menjawab bahwa Saya mengingat Somethinc ketika sedang membicarakan brand skincare. Dengan jawaban sangat setuju sebanyak 52 dan setuju sebanyak 34. Dengan begitu brand somethinc telah berhasil membuat konsumen mengenali berbagai produknya dengan inovasi yang baik.
3. Terdapat pengaruh antara Marketing Public Relations terhadap Citra *Brand Somethinc* sebesar 0,416 atau 41,6%. Artinya marketing public relations berpengaruh cukup kuat terhadap citra *brand Somethinc*.

5.2. Saran

1. Pada indikator yang ada di variabel Y yang diajukan pada penelitian, terdapat indikator yang paling lemah dengan rata-rata nilai 3,24, indikator ini dapat dilihat dari hasil pernyataan nomor 5 pada variabel Y dimana 6 responden menyatakan tidak setuju bahwa mereka memilih

Somethinc ketika dibandingkan dengan merek skincare lain, maka diharapkan kedepannya lebih banyak lagi marketing public relations yang membuat target bisa memilih somethinc ketika dibandinglan dengan skincare lain.

2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang akan membahas tentang marketing public relations terhadap citra brand somethinc dengan tujuan agar penelitian berikutnya dapat melengkapi penelitian ini.