

BAB V

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian produk Lolica pada konsumen dan *followers*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Hanami Wang sebagai *brand ambassador* produk Lolica berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen dan followers. Berdasarkan uji signifikansi parsial, diperoleh nilai $t_{hitung} 5,711 > t_{tabel} 1,990$ dengan nilai signifikansinya 0,000. Selain itu, nilai koefisien regresi juga menunjukkan nilai positif, penggunaan brand ambassador oleh produk Lolica berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen dan followers Artinya, setiap nilai brand ambassador meningkat, maka nilai keputusan pembelian konsumen akan meningkat, begitu pula sebaliknya.
2. Dilihat dari nilai koefisien korelasinya, diketahui bahwa variabel brand ambassador memiliki hubungan yang cukup erat dengan variabel keputusan pembelian dan melalui uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa penggunaan brand ambassador mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 29,0%

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan penarikan kesimpulan, maka penulis memberikan saran.

1. Variabel brand ambassador dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang cukup erat dengan arah positif yang artinya semakin tinggi nilai brand ambassador maka akan semakin tinggi nilai keputusan pembelian, begitu pula sebaliknya. Maka dari itu, untuk pihak lolica, diharapkan dapat terus mempertahankan atau memilih brand ambassador yang memiliki nilai yang tinggi. Nilai brand ambassador yang dimaksud adalah kualitas brand ambassador tersebut baik dari aspek *Attractivness* (Daya Tarik), *Trustworthness*

(Kepercayaan), *Expertise* (Keahlian). Selain itu, penting juga untuk memperhatikan kecocokan selebriti yang menjadi brand ambassador dengan produk yang diwakilkannya dan khalayak yang menjadi target pasarnya.

2. Disarankan juga untuk pemilik Lolica dapat mempertahankan promosi penjualan menggunakan *brand ambassador* ini untuk meningkatkan omzet penjualan serta memanfaatkan media sosial lainnya sebagai alat promosi