

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan terkait hubungan antar variabel pada analisis jalur. Adapun formulasi dari simpulan tersebut yakni:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,331. Artinya semakin tinggi dan baik kualitas *brand ambassador* maka akan berdampak pada peningkatan *purchase intention* (minat beli).
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap *brand image* dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,781. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas seorang *brand ambassador* maka akan berdampak pada peningkatan *brand image* (citra merek). Artinya semakin banyak orang yang menyukai *brand ambassador* Oppo *smartphone* maka *brand image* Oppo akan lebih baik.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap minat beli dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi sebesar 0,354. Hal ini dapat di artikan bahwa citra yang baik suatu produk dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut, begitu juga sebaliknya. Citra yang buruk suatu produk akan mempengaruhi konsumen sehingga konsumen tidak membeli produk tersebut.
4. *Brand ambassador* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen Oppo *smartphone* yang dimediasi oleh *brand image*. Hal ini dibuktikan dari koefisien mediasi sebesar 0,276 nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jika diamati, nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tak langsung ($0,331 > 0,276$). Perolehan ini lantas menyimpulkan bahwa *brand image* tidak memiliki sumbangan yang besar dalam memperkuat hubungan *brand ambassador* dengan minat beli pengguna *smartphone* Oppo, dengan kata lain terdapat variabel lain yang memiliki kontribusi

besar untuk pengaruh variabel tersebut dan berperan sebagai variabel perantara (intervening).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran-saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan *OPPO Smartphone* dapat memperbaiki dan lebih meningkatkan semua variabel dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penjualan produk *OPPO Smartphone*.
2. *Brand ambassador* dari *OPPO Smartphone* harus dapat meningkatkan kinerja sehingga dapat mewakili atau menjadi juru bicara atau promosi dari *OPPO Smartphone* kepada calon pembeli agar dapat meningkatkan penjualan.
3. Tetap menjaga dan meningkatkan *Brand Image smartphone Oppo* dimata pengguna *smartphone* *OPPO*.
4. Penelitian berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang juga mempengaruhi minat beli konsumen. Selain itu, penelitian juga dapat dilakukan pada subjek, objek dan metode *sampling* yang berbeda agar diperoleh hasil yang bisa digeneralisasi. Selanjutnya, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai inspirasi dan preferensi untuk mengembangkan penelitian yang lebih mendalam dan saling melengkapi satu dengan yang lainnya