

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel brand ambassador, kesadaran merek, brand image terhadap niat beli produk di Tokopedia pada mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018. Berdasarkan hasil analisis berupa penyebaran kuesioner yaitu g-form kepada 66 responden dan pembahasan dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Brand ambassador, kesadaran merek, citra merek terhadap minat beli produk Tokopedia pada mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang berdasarkan hasil dari jawaban pada kuisisioner menunjukkan bahwa Brand ambassador, kesadaran merek, citra merek terhadap minat beli produk Tokopedia dengan nilai kriteria rentang skala antara niali mean skor $>3.4 - 4.2$.
2. Variabel brand ambassador memiliki korelasi yang sangat besar terhadap kesadaran merek. Nilai beta positif sebesar 0,756. Hal ini artinya secara keseluruhan variabel independen memiliki hubungan dengan kategori baik.
3. Brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap citra merek.
4. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap citra merek.
5. Brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
6. Kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
7. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel brand ambassador mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk di Tokopedia baik itu secara langsung atau melewati variabel citra merek. Maka dalam hal ini penggunaan brand ambassador BTS dan Blackpink sudah memberikan konten yang dekat dengan pengguna seperti halnya yang dilakukan pada WIB (Waktu Indonesia Belanja) dengan menampilkan BTS

pada layar kaca TV Nasional dan aplikasi Tokopedia telah membuat peningkatan akan pengunjung aplikasi Tokopedia. Namun dikarenakan besarnya antusias yang begitu besar menjadikan aplikasi yang diharapkan mampu membantu para penggunanya untuk lebih dekat dan menikmati konten yang ada, dalam hal ini malah tampaknya belum memumpuni akan hal itu. Diharapkan untuk konten dan aktivitas saat WIB (Waktu Indonesia Belanja), aplikasi Tokopedia dapat memberikan kenyamanan yang lebih dari sebelumnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya di harapkan dapat meneliti lebih luas lagi unruk objek penelitiannya. Bagi peneliti selanjutnta hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya.

