

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah didapatkan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Brand Ambassador berkriteria sangat baik sehingga masyarakat memiliki kemauan yang kuat untuk membeli produk Nu Green Tea karena produk Nu Green Tea yang di bawaan oleh NCT 127 memiliki daya Tarik dan dapat mengajak konsumen untuk membeli produk Nu Green Tea, terutama di kalangan remaja di Kecamatan Lemahabang karawang.
2. Citra Merek produk Nu Green Tea berkretaria sangat tinggi , sehingga masyarakat memiliki kemuan yang kuat dalam melakukan pembelian produk Nu Green Tea, karena masyarakat kemungkinan melihat dari sisi harga yang murah, manfaat, logo, serta kualitas dan mutu dari produk dapat mempengaruhi peningkatan penjualan.
3. Keputusan Pembelian berkretaria sangat baik, sehingga masyarakat di Kecamatan Lemahabang memutuskan untuk membeli produk Nu Green Tea di pengaruhi oleh beberapa factor, yakni faktor budaya, karena setelah melihat dari hasil penelitian, Perusahaan PT. ABC *President Indonesia* yang menggunakan para artis dari Negara asal Korea Selatan yang mana dapat meningkatkan penjualan produk yang di keluarkan oleh perusahaan.
4. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaruh brand ambassador NCT 127 terhadap Keputusan Pembelian sebesar 78% di Kecamatan Lemahabang Karawang . Artinya Brand Ambassador secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sebesar 20%. Artinya Citra Merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil jawaban responden terbanyak yang menjawab sangat baik mengenai kuesioner dengan pertanyaan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Keacamatan Lemahabang Karawang.
6. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada Pengaruh Brand Ambassador dan Citra Merek secara simultan (keseluruhan) terhadap Keputusan Pembelian. Karna dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi antara variable brand ambassador dan citra merek dengan keputusan pembelian sebanyak 0,945 (94%) sedangkan sisanya dari $100\% - 94\% = 6\%$ di pengaruhi oleh variable lain.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan beberapa hal diantaranya sebagai berikut :

1. Brand Ambassador, Citra Merek dan Keputusan pembelian yang sangat baik dan tinggi. Sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi PT. ABC Holding untuk terus mempertahankan citra merek yang baik serta memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Bagi pemilik perusahaan produk Nu Green Tea bagaimana caranya untuk terus meningkatkan daya Tarik dalam memperkenalkan suatu produk untuk konsumen dari produk minuman tersebut, karena semakin daya tarik merek pada produk maka akan semakin tinggi nilai dari suatu produk di masyarakat. Produk yang memiliki daya Tarik yang baik akan membuat konsumen percaya dan yakin untuk menggunakan produk tersebut, sebaliknya jika daya Tarik dari produk itu buruk maka akan membuat keyakinan konsumen akan produk tersebut menurun dan akan berdampak pada keputusan pembelian.
3. Bagi pemilik perusahaan minuman Nu Green Tea untuk terus meningkatkan citra merek yang baik bagi konsumen dengan cara perusahaan dapat lebih menganalisa apa yang menjadi kesan bagi konsumen baik itu dari segi aktifitas, minat dan opininya. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam menghasilkan suatu produk yang bisa diterima dengan baik oleh konsumen dengan citra merek yang beragam tentunya.
4. Bagi peneliti berikutnya, untuk mengembangkan hasil penelitian dengan menambah variabel lainnya seperti, brand ambassadoryang berpengaruh dalam meningkatkan penjualan produk di dalam Perusahaan, serta menggunakan alat analisis yang berbeda seperti kualitatif melalui penyebaran kuisioner melalui google form sehingga sehingga dapat hasil yang lebih kompleks.