

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Celebrity Amanda Manopo Dan Arya Saloka Sebagai Brand Ambassador Dan Brand Image Shopee Pada Proses Meningkatkan Keputusan Pembelian Shopee Di Bekasi”. Diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, terdapat pengaruh antara *brand ambassador* (X1) dan *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan nilai ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) sebesar  $21,695 > 3,09$  dan angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga untuk variabel *brand ambassador* (X1) dan *brand image* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, terdapat pengaruh antara *brand ambassador* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini ditunjukkan dengan nilai ( $T_{hitung} > T_{tabel}$ ) sebesar  $3,958 > 1,988$  dan angka signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga untuk variabel *brand ambassador* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, terdapat pengaruh antara

*brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ditunjukkan dengan nilai ( $T_{hitung} > T_{tabel}$ ) sebesar  $2,610 > 1,988$  dan angka signifikan sebesar  $0,011 < 0,05$ . Sehingga untuk variabel *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

4. Besarnya pengaruh variabel *brand ambassador* (X1) dan *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada besaran nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 309% atau 30,9%. positif terhadap keputusan pembelian (Y). Pada Koefisien regresi (X2) *brand image* sebesar 0,328 menunjukkan bahwa *brand image* (X2) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).
5. Berdasarkan hasil persamaan regresi atau analisis regresi linear berganda yaitu terdapat persamaan  $Y = 7,985 + 0,415X_1 + 0,328X_2$  menunjukkan bahwa nilai konstan sebesar 7,985 artinya keputusan pembelian (Y) belum dipengaruhi oleh variabel *brand ambassador* (X1), *brand image* (X2). Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kenaikan *brand ambassador* (X1), *brand image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kenaikan keputusan pembelian (Y). Dengan koefisien regresi (X1) *brand ambassador* (X1) sebesar 0,415 menunjukkan bahwa *brand ambassador* memiliki memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

## 5.1 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Shopee hendaknya dapat meningkatkan penjualan dan memberikan jenis layanan pengiriman produk yang beragam pada aplikasi Shopee dengan harga yang terjangkau dengan menggunakan celebrity brand ambassador untuk dapat meningkatkan penjualan sehingga berdampak pada keputusan pembelian konsumen.
2. Shopee perlu pembenahan mengenai aplikasi dan pelayanan yang menjanjikan konsumen dan perubahan fitur yang menarik dengan berbagai pilihan yang beragam tanpa mengurangi pilihan jenis layanannya yang sebelumnya disediakan untuk konsumen agar merek perusahaan menjadi top of mind dalam benak konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor dan sumber lain, lokasi yang berbeda atau menambahkan variabel lain yang ada untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam diri konsumen (internal) maupun pemasar (eksternal).