

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap *impulse buying* produk Mie Lemonilo di Wilayah Jakarta Timur berdasarkan *brand ambassador* dan *brand personality*, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Brand Ambassador* (X1) dan *Brand Personality* (X2) secara keseluruhan/simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y), hal ini dibuktikan dengan Uji F sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($99,391 > 3,04$). Adapun rumus persamaan regresi $Y = 26,926 + 0,170BA + 0,447BP$ dari persamaan tersebut bahwa *brand ambassador* dan *brand personality* berpengaruh positif terhadap *impulse buying*. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat *impulse buying*.
2. Variabel *Brand Ambassador* (X1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($3,340 > 1,972$). Dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H2 diterima.
3. Variabel *Brand Personality* (X2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji

T dengan nilai Thitung > Ttabel sebesar (13.574>1,972). Dan nilai signifikansi $0,000 < 0,5$ artinya H3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut:

1. Sebaiknya Mie Lemonilo lebih memperbanyak dan membuat suatu hal yang baru dan inovatif dalam kegiatan promosi nya terus menerus selain menggunakan *brand ambassador* supaya bisa menarik konsumen dan lebih terkenal di pasaran dengan kekuatan, keunikan, serta keuntungan sehingga akan mudah berkesan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian ulang.
2. Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan *brand personality* Mie Lemonilo Karena dengan menghadirkan beberapa pembeda dan macam varian rasa yang berbeda agar mudah dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada produk Mie Lemonilo.
3. Sebaiknya Mie Lemonilo terus meningkatkan *brand ambassador* dan *brand personality*, supaya *brand* dan *personality* yang diciptakan berkualitas dan berinovasi agar dapat meningkatkan *impulse buying*.