

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan oleh peneliti melalui proses pengolahan data menggunakan SmartPLS 4.0 mengenai Pengaruh brand ambassador, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

Brand ambassador berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian snack tostos pada *followers* akun *base twitter @nctzenbase*. Penggunaan brand ambassador NCT Dream pada strategi marketing snack tostos dianggap berhasil dikarenakan NCT Dream melakukan perannya sebagai *brand ambassador* dengan baik dengan cara menampilkan kemampuan, pengalaman, serta keahliannya sebagai wajah yang mewakili produk, sehingga hal tersebut mampu menarik konsumen baru agar melakukan proses pembelian snack tostos. Oleh karena itu, semakin terkenalnya seorang atau sekelompok *brand ambassador*, semakin meningkatnya proses keputusan pembelian pada konsumen terhadap snack tostos.

Selanjutnya, Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian snack tostos pada *followers* akun *base twitter @nctzenbase*. Hal itu disebabkan karena kualitas produk yang memiliki peran penting sebelum melakukan proses pembelian dimana konsumen cenderung mencari produk yang menawarkan kualitas yang dapat diandalkan dan memuaskan. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin besar keputusan pembelian snack tostos sehingga para konsumen merasa melakukan keputusan pembelian yang tepat

Lalu, Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian snack tostos pada *followers* akun *base twitter @nctzenbase*. Semakin memungkinkan harga yang ditawarkan masih dapat dibeli atau semakin menariknya harga yang ditawarkan snack tostos, semakin membuat para konsumen ingin melakukan pembelian produk. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi dapat menjadi hambatan

serius, memicu keraguan dan dapat menyebabkan penundaan atau bahkan pembatalan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penyusunan proposal penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang penulis alami. Dimana keterbatasan yang dialami penulis yaitu:

1. Hanya mengambil konsumen snack tostos pada *followers* akun *base twitter @nctzenbase*, sehingga konsumen selain *followers* tersebut tidak dapat mewakili jawaban
2. Penelitian ini dalam mengumpulkan jawaban melalui *online* dengan menggunakan *google form* yang disebar melalui media sosial, hal tersebut dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan terbatasnya karakteristik populasi yang ditentukan
3. Peneliti hanya fokus kepada variabel yang diteliti yaitu *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga. Sehingga adanya faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian tidak dapat diteliti

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan yang sudah diuraikan, peneliti memberi saran dengan harapan dapat digunakan perusahaan sebagai bahan evaluasi dalam penyusunan strategi pemasaran kedepannya, yaitu sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

PT. Dua Kelinci sebagai perusahaan yang memproduksi snack Tostos harus bisa memperhatikan kualitas produk dari snack tostos lebih ketat, mengingat snack tostos merupakan snack yang baru di pasaran, sehingga memungkinkan adanya penilaian produk baik dalam sisi kualitas isi snack, tampilan luar atau kemasan, serta karakteristik dari snack yang diberikan oleh para konsumen kepada snack ini sebelum membeli memberikan dampak yang positif jika kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan terbilang baik. Perusahaan juga harus selalu memperhatikan komposisi untuk snack agar para konsumen merasa aman jika melakukan pembelian kepada produk.

Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan harga yang akan ditetapkan karena salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Perusahaan bisa lebih memperhatikan lagi mengenai variasi harga produk. Karena dengan adanya variasi harga ini, perusahaan dapat menyesuaikan harga dengan segmentasi pasarnya agar dapat menjangkau pelanggan dari berbagai lapisan ekonomi.

Kemudian, perusahaan diharapkan kedepannya dapat menggunakan *brand ambassador* yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kredibilitas merek dari snack tostos dengan lebih baik lagi, sehingga adanya kemungkinan tumbuhnya lebih banyak kepercayaan konsumen kepada merek dikarenakan *brand ambassador* yang memiliki kemampuan menyampaikan informasi mengenai produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian pada snack tostos.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar lebih berfokus kepada bidang-bidang khusus untuk diteliti seperti meneliti variabel yang lebih bervariasi ataupun memperluas lingkup sampel penelitian dan data. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diluar faktor penelitian ini dan memperluas sampel dikarenakan untuk mengetahui secara lebih dalam terkait pengaruh keputusan pembelian snack tostos