



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand ambassador* Tatjana Saphira terhadap minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro dan seberapa besar pengaruh penggunaan Tatjana Saphira sebagai *brand ambassador* terhadap minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro. Untuk menjawab tujuan penelitian tersebut maka perlu melihat hasil analisa data yang dipaparkan sebagai berikut:

1. Hasil uji F pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel X (*brand ambassador* Tatjana Saphira) berpengaruh kepada variabel Y (minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro), dengan membandingkan F hitung dan F tabel, yaitu bahwa  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  dengan nilai  $25,250 > 3,86$  dengan taraf signifikansi 0,05% ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Hasil uji regresi menyatakan bahwa variabel X (*brand ambassador* Tatjana Saphira) memiliki faktor-faktor yang berpengaruh sebesar 12,4% (persen).

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *brand ambassador* Tatjana Saphira terhadap minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro ( $H_a$  diterima, dan  $H_0$  ditolak). Besar pengaruh *brand ambassador* Tatjana Saphira terhadap minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro adalah sebesar 12,4%, yang

memiliki arti bahwa dugaan peneliti berdasarkan *statement* Jerry Shen (*chairman of ASUS*) dan Galip Fu (*Marketing Manager ASUS Indonesia*) adalah betul bahwa penggunaan *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat pada produk ASUS Zenfone 4 Selfie Pro. Namun, minat beli masyarakat adalah suatu kesadaran yang kompleks yang mana perusahaan perlu untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak ada dalam penelitian ini, seperti memperhatikan penggunaan *promotion mix* yang diantaranya adalah *advertising, sales promotion, publicity, personal selling, direct marketing* (Kotler, 2005, h. 264). Perusahaan dapat lebih memperhatikan spesifikasi produk apakah sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk mendukung minat beli, seperti pada ASUS Zenfone 4 Selfie Pro yang memiliki spesifikasi teknologi *fingerprint*, kapasitas memori RAM 4GB, kapasitas memori *inernal* 64GB, mampu menampung memori *external* sampai 256GB, memiliki kamera yang menakjubkan yaitu 24 Mega Pixel untuk kamera depan dan belakang dengan tambahan *softlight* pada bagian kamera depan untuk mendukung kegiatan *selfie* menjadi semakin menarik. Spesifikasi produk perlu diperhatikan pula demi mendukung ada atau tidaknya minat beli masyarakat.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut:

### 1. Saran Akademis

Karena hasil penelitian hanya terdapat 12% pengaruh antara variabel X (*brand ambassador* Tatjana Saphira) terhadap variabel Y (minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro), maka disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan lebih mendalam sehingga mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak ada dalam penelitian ini, seperti memperhatikan penggunaan *promotion mix* yang diantaranya adalah *advertising, sales promotion, publicity, personal selling, direct marketing* (Kotler, 2005, h. 264). Penelitian selanjutnya juga dapat lebih memperhatikan spesifikasi produk yang akan diteliti, seperti pada ASUS Zenfone 4 Selfie Pro yang memiliki spesifikasi teknologi *fingerprint*, kapasitas memori RAM 4GB, kapasitas memori *internal* 64GB, mampu menampung memori *external* sampai 256GB, memiliki kamera yang menakjubkan yaitu 24 Mega Pixel untuk kamera depan dan belakang dengan tambahan *softlight* pada bagian kamera depan untuk mendukung kegiatan *selfie* menjadi semakin menarik. Spesifikasi produk perlu diperhatikan pula demi mendukung ada atau tidaknya minat beli masyarakat.

## 2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa pengaruh *brand ambassador* Tatjana Saphira terhadap minat beli ASUS Zenfone 4 Selfie Pro cenderung sedikit yaitu 12%. Walaupun persentase pengaruh tidak terlalu besar namun hal ini tetap dapat dijadikan tolak ukur perusahaan dalam meningkatkan minat beli. Untuk itu, perusahaan perlu untuk berhati-hati dalam memilih selebritis untuk dijadikan *brand ambassador*.

Peneliti juga menyarankan agar ASUS dapat memperhatikan faktor-faktor lain seperti kondisi pasar, citra sebuah *brand*, *direct marketing*, *sales promotion*, *event promotion* yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

