

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* (X) Angie Marcheria terhadap *brand loyalty* (Y) tim Bigetron. Berdasarkan penelitian yang telah diteliti, dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut :

1. Dalam penelitian dapat ditemukan bahwa Angie Marcheria memiliki pengaruh dalam pembentukan *brand loyalty* fans Bigetron.
2. Hasil analisis terhadap variabel *brand ambassador* (X) dengan variabel *brand loyalty* (Y) menunjukkan bahwa Angie Marcheria memiliki pengaruh sebesar 20,2% terhadap peningkatan *brand loyalty* tim Bigetron.

Adapun penemuan terbaru dari penelitian ini yang mengungkapkan bahwa bidang *esports* memiliki pendekatan yang berbeda dengan bidang lainnya terbukti dengan pengaruh Angie Marcheria yang tergolong kecil jika dibandingkan dengan empat penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan.

Dalam penelitian ini juga ditemukan dimensi *brand ambassador* yang paling berpengaruh terhadap *brand loyalty* merupakan dimensi *power* sebesar 13,9%. Dimensi *power* ini meliputi kharisma dan juga kemampuan dari *brand ambassador* untuk dapat menjadi *key opinion leader* (KOL) yang dapat menggiring opini positif kepada *brand* yang mereka dukung.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, terdapat beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan.

### 5.2.1 Saran Akademis

Setelah penelitian dilakukan saran yang dapat diberikan kepada penelitian ke depan adalah dengan meneliti dengan menggunakan variabel lainnya dalam terciptanya *brand loyalty*, untuk mengetahui variabel lainnya yang juga berpengaruh terhadap suatu produk atau jasa. Dalam topik *esports* sendiri variabel yang dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya untuk melengkapi penelitian ini yaitu pengaruh *performa* tim terhadap loyalitas konsumen dan pengaruh stigma negatif tentang *esports* dalam *brand loyalty* tim *esports*. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan cara wawancara dengan metodologi kualitatif kepada pihak *brand ambassador* tim Bigetron, supaya dapat mendukung hasil penelitian serupa.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador* memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty*. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa dimensi *power* pada *brand ambassador* yang paling berpengaruh. Karena itu, tim Bigetron dapat memberikan konten Angie yang dapat memperlihatkan kharisma dan juga karakter yang kuat.