

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil kesimpulan dari penelitian dengan judul “Pengaruh Daya Tarik *Brand Ambassador* Itzy Terhadap Minat Beli Produk Ultra Milk” adalah:

1. Adanya pengaruh variabel daya tarik *brand ambassador* Itzy terhadap minat beli produk Ultra Milk
2. Terdapat pengaruh variabel daya tarik *brand ambassador* Itzy terhadap minat beli produk Ultra Milk sebesar 31,5%

Daya tarik *brand ambassador* Itzy dapat memberikan pengaruh sebesar 31.5% kepada minat beli, 68.5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Dapat dilihat dari hasil uji nilai koefisien korelasi, hasil sebesar 0.716 yang memperlihatkan adanya hubungan yang sedang diantara variabel daya tarik persuasi (X) dengan variabel minat beli (Y).

#### **5.2 Saran**

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Adapun sedikit banyaknya kekurangan pada penelitian ini mulai dari teori, konsep, hingga keseluruhan data tentunya. Penelitian selanjutnya ini diharapkan dapat memberikan ilmu baru serta memperluas data yang lebih baik.

Faktor-faktor yang belum pernah dibahas dalam penelitian ini, ditemukan sebesar 68.5% melalui faktor lain yang tidak ada dalam penelitian yang ikut mempengaruhi variabel minat beli. Sehingga, penelitian dimasa depan dapat menambahkan dimensi yang mungkin belum digunakan oleh penelitian ini.

Peneliti di masa mendatang juga diperbolehkan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menggali lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Ultra Milk, agar diharapkan dapat memperbanyak pengetahuan serta memberikan kontribusi lebih.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki saran praktis untuk Ultra Milk. Mencari bidang minat yang lebih tepat untuk peran Itzy karena dari hasil jawaban pernyataan dari responden hanya terdapat rata-rata sebesar 3.5 dibandingkan dengan pernyataan lain . Berdasarkan hasil penelitian, responden belum sepenuhnya setuju bahwa bidang minat peran Itzy tidak sesuai dengan anak muda.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA