

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari proses analisa, bisa disimpulkan untuk menjawab pertanyaan dan tujuan dari identifikasi masalah yang ada sebagai berikut.

Penelitian ini memiliki pertanyaan dan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pemilihan boyband Korea Stray Kids terhadap minat beli dari produk Ultra Milk. Berdasarkan hasil dari analisis korelasi, didapatkan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  yang dapat diartikan yaitu terdapat adanya pengaruh dari pemilihan Stray Kids sebagai brand ambassador terhadap minat beli dari produk Ultra Milk. Pada penelitian ini juga didapatkan nilai R sebesar 81,9% yang dapat diartikan yaitu variabel brand ambassador (X) memiliki hubungan atau korelasi yang sangat kuat terhadap variabel minat beli (Y).

#### **5.2 Saran**

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

Pada penelitian ini, topik yang dibahas oleh peneliti yaitu berkaitan dengan *brand ambassador* dan minat beli. Oleh karena itu, peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat lebih mengeksplorasi lebih lanjut terhadap topik terkait karena masih banyak dimensi dan faktor yang dapat dieksplorasi dengan menambahkan referensi baru. Pada penelitian selanjutnya, disarankan penggunaan metode penelitian kualitatif untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan brand ambassador juga dapat menggunakan teori serta variabel yang berbeda dari penelitian ini.

##### **5.2.2 Saran Praktis**

Disarankan yaitu agar Ultra Milk mempertahankan strategi pemasaran yang telah digunakan juga melakukan strategi pemasaran lain seperti lebih aktif dalam melakukan strategi pemasaran melalui postingan media sosial, karena berdasarkan hasil dari penelitian ini mayoritas

responden mengetahui strategi pemasaran yaitu penggunaan *brand ambassador* melalui postingan media sosial.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA