

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai Pengaruh *Brand Ambassador*, Konten Media Sosial dan *Product Quality* terhadap *purchase decision* produk pasta gigi Click pada penggemar NCT 127 di Group Chat, maka dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian didapatkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini di dasarkan hasil uji yang menunjukkan bahwa *brand ambassador* dari pasta gigi Click ini mampu mempengaruhi *purchase decision* dari produk pasta gigi Click. Sehingga semakin baik *brand ambassador* maka akan semakin mempengaruhi *purchase decision*.
2. Hasil pengujian didapatkan bahwa Konten Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini didasarkan hasil uji yang menunjukkan bahwa konten media sosial dari pasta gigi Click ini mampu mempengaruhi *purchase decision* dari produk pasta gigi Click. Sehingga semakin baik konten media sosial maka akan semakin mempengaruhi *purchase decision*.
3. Hasil pengujian didapatkan bahwa *Product Quality* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini didasarkan hasil uji yang menunjukkan bahwa *product quality* dari pasta gigi Click ini mampu mempengaruhi *purchase decision* dari produk pasta gigi Click. Sehingga semakin baik konten media sosial maka akan semakin mempengaruhi *purchase decision*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti bermaksud mengajukan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan sumber ide bagi pengembangan penelitian dimasa mendatang :

### 1. Bagi Perusahaan

- a. Produk pasta gigi Click perlu memperhatikan reputasi, citra dan kesesuaian dari *brand ambassador* dengan produk pasta gigi Click, kedua hal tersebut sangat perlu diperhatikan karena untuk dapat menarik *purchase decision* konsumen.
- b. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, perusahaan perlu menjaga serta meningkatkan konten media sosial serta *product quality* yang telah dibangun atas suatu produk tertentu, hal ini untuk dapat menarik *purchase decision* konsumen. Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat disajikan metode dan variabel lain sehingga hasil analisa yang dilakukan tentu akan menghasilkan jawaban yang berbeda.

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Karena adanya keterbatasan penelitian yang ada peneliti memberikan saran, penelitian ini memiliki 4 variabel yang diuji untuk diketahui hasilnya. Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel-variabel lain yang relevan untuk memberikan pengembangan untuk penelitian yang sudah ada.