

## BAB V

### PENUTUP

#### 7.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan pembahasan yang sudah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, namun pengaruhnya rendah. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa *Stray Kids* belum sepenuhnya mampu dalam mewakili semua *brand image* produk *Nacific* kepada konsumen di Tangerang Selatan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *brand image* dan memiliki pengaruh yang cukup kuat. Hal ini berarti kualitas dari produk *Nacific* mampu menciptakan *image* yang baik di konsumen Tangerang Selatan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun pengaruhnya rendah. Hal ini berarti *Stray Kids* hanya mampu mempengaruhi sebagian besar konsumen dan penggemarnya yang berada di Tangerang Selatan saja untuk membeli produk *Nacific*.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun pengaruhnya rendah. Hal ini berarti kualitas dari produk *Nacific* cukup mampu untuk menarik perhatian
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun pengaruhnya rendah. Hal ini berarti *image* yang dimiliki oleh produk *Nacific* masih belum sepenuhnya terkenal di konsumen Tangerang Selatan sehingga itu mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian pada produk *Nacific*.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* tidak mampu memediasi *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti tanpa adanya *brand image* dari *Nacific*, *Stray Kids* sebagai *brand ambassador* masih mampu untuk menarik calon konsumen untuk membuat keputusan pembelian pada produk *Nacific*.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* mampu memediasi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, namun pengaruhnya rendah. Hal ini berarti berarti *brand image* yang dimiliki oleh *Nacific* mampu membuat kualitas produk terlihat baik sehingga calon konsumen tertarik untuk membuat keputusan pembelian pada produk *Nacific*.

## 7.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, Peneliti akan memberikan beberapa saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

### a. Bagi Perusahaan

Peneliti menyarankan *Nacific* untuk melakukan riset kembali terkait kondisi pasar tujuan serta pemilihan *brand ambassador* di masa mendatang yang sesuai dan mampu mewakili image dari produk *Nacific*. Peneliti juga menyarankan *Nacific* untuk terus menjaga kualitas dari produknya dan terus melakukan perkembangan dalam melakukan promosi pemasaran agar dapat di terima oleh semua konsumen serta menyediakan offline store di Tangerang Selatan agar memudahkan konsumen dalam membeli produk *Nacific*.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak dan sesuai dengan kebutuhan seperti *e-wom*, *brand trust*, *brand awareness*, atau media sosial untuk mendapatkan hasil yang berbeda dan berkembang dari penelitian yang sudah ada serta mencoba untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda dari yang sudah ada