

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Brand Ambassador* Dan Citra Merek Susu Chilgo Terhadap Minat Beli Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 diterima yang menyatakan variabel *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli konsumen susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.
2. Hipotesis 2 diterima yang menyatakan variabel citra merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.
3. Hipotesis 3 diterima yang menyatakan variabel *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.
4. Hipotesis 4 ditolak yang menyatakan variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.
5. Hipotesis 5 diterima yang menyatakan variabel minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki

Bersama Kota Tebing Tinggi.

6. Hipotesis 6 diterima yang menyatakan variabel minat beli dapat memediasi hubungan antara *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.
7. Hipotesis 7 diterima yang menyatakan variabel minat beli dapat memediasi hubungan antara citra merek terhadap keputusan pembelian susu Chilgo pada PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan Susu Chilgo Morinaga untuk kedepannya tetap mempertahankan *brand ambassador* yang sudah baik karena hasil penelitian menunjukkan secara parsial *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Adapun upaya yang dapat dilakukan seperti bekerjasama dengan *brand ambassador* lainnya yang memiliki popularitas tinggi serta penampilan menarik dan berpengalaman dalam mempromosikan sebuah produk. Diharapkan upaya tersebut dapat meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian pada produk Susu Chilgo.
- b. PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi untuk kedepannya tetap mempertahankan citra merek yang baik karena hasil penelitian menunjukkan secara parsial citra merek berpengaruh terhadap minat

beli. Adapun upaya yang dapat dilakukan seperti menjaga reputasi yang baik dikalangan masyarakat, menjaga kepercayaan pelanggan dengan menjual produk – produk yang berkualitas, menawarkan harga terjangkau yang sesuai daya beli konsumen dan melakukan promosi yang menarik agar PT. Sumber Rezeki Bersama lebih dikenal. Diharapkan upaya tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk Susu Chilgo di PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi.

- c. PT. Sumber Rezeki Bersama Kota Tebing Tinggi untuk kedepannya tetap mempertahankan minat beli konsumen yang sudah baik karena hasil penelitian menunjukkan secara parsial minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun upaya yang dapat dilakukan seperti memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dengan cara cepat dan tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen, menawarkan harga yang terjangkau, menjaga kepuasan konsumen dan melakukan promosi – promosi yang menarik dengan begitu konsumen semakin berminat untuk membeli produk dan mereferensikan produk kepada orang lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli dan keputusan pembelian, seperti kualitas produk, lokasi, *celebrity endorser* dan kepercayaan konsumen.