

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV tentang Peran Brand Ambassador, Brand Image, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi, maka dari itu dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terbukti :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *Brand Ambassador* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi. Hal ini dikarenakan semakin banyak selebritis yang digunakan dalam iklan tersebut, maka semakin besar minat konsumen terhadap produk yang diiklankan tersebut.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi. Karena semakin baik *Brand Image* produk handphone Samsung maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli produk *smartphone* Samsung.
3. Berdasarkan penelitian ini, ditemukan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi. Karena semakin baik promosi produk ponsel Samsung dijalankan, semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli produk *smartphone* Samsung.

4. Terdapat pengaruh simultan antara *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Bekasi.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Setelah melakukan analisis data dan sebuah pengamatan terhadap semua keterbatasan yang ada, maka Implikasi manajerial yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a. Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan, pemahaman mengenai *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi dan menambahkan variabel lain yang belum diuji dipenelitian ini.
2. Bagi Masyarakat atau Generasi Z Di Bekasi
  - a. Pada variabel *Brand Ambassador*, tepatnya pada indikator “Blackpink mempunyai kharisma yang menarik” memiliki rata – rata paling rendah, bagi konsumen *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi, bagi konsumen *Brand Ambassador* ini menunjukkan bahwa Blackpink sangat populer, sehingga masyarakat menyukainya. Disarankan juga untuk mempertahankan *public figure* dengan daya tarik, *kredibilitas* dan keahlian yang dapat menyampaikan isi pesan iklan dan manfaat dari produk yang diiklankan.
  - b. Pada variabel *Brand Image*, tepatnya pada indikator “ Samsung diproduksi oleh perusahaan yang memiliki *kredibilitas* tinggi” memiliki rata – rata

paling rendah, bagi konsumen *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi. Bagi konsumen, citra merek merupakan hal penting atau produk yang disediakan oleh produsen yang dapat menggugah minat beli konsumen. Oleh karena itu produsen harus menciptakan citra produk yang baik di pasar untuk menarik minat konsumen untuk membeli.

- c. Pada variabel Promosi, tepatnya pada indikator “ Saya mendapatkan promosi dari *smartphone* Samsung” memiliki rata – rata yang paling rendah, bagi konsumen *Smartphone* Samsung Pada Generasi Z Di Bekasi. Bagi konsumen dengan memberikan potongan harga kepada konsumen dapat membangkitkan minat konsumen untuk membeli.

