

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian yaitu, bahwa hasil pengujian dan analisis dalam penyelidikan ini dapat diverifikasi dicapai setelah mempertimbangkan temuan penelitian dan diskusi. Mengingat hal ini, kesimpulan dibuat sejalan dengan hipotesis penelitian, yaitu sebagai berikut.:

1. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Brand Ambassador (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Brand Jiniso. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (Uji T) yang menunjukkan nilai signifikan Brand Ambassador berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. Bahwa hasil pengujian secara parsial variabel Konten Marketing (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Brand Jiniso. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji parsial (Uji T) yang menunjukkan nilai signifikan Konten Marketing berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Bahwa hasil pengujian secara simultan variabel bebas Brand Ambassador dan Konten Marketing secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Brand Jiniso.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk pihak Jiniso dalam menentukan kualitas dan perkembangan brand yang berkaitan Keputusan Pembelian, Brand Ambassador dan Konten Marketing di masa yang akan datang yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Terkait

a. Untuk Brand Ambassador

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa brand ambassador dapat meningkatkan ketertarikan customer terhadap brand yang diiklankan. Diharapkan untuk tim marketing harus mengembangkan kriteria seleksi yang jelas untuk memilih brand ambassador yang sesuai dengan citra dan nilai merek. Ini melibatkan analisis mendalam tentang relevansi, popularitas, dan kesesuaian calon ambassador dengan target audiens. Manajer juga harus memastikan bahwa kontrak dengan brand ambassador mencakup semua aspek penting, seperti durasi kerja sama, ekspektasi, hak dan kewajiban, serta kompensasi finansial.

Membangun hubungan jangka panjang dengan brand ambassador juga dapat meningkatkan efektivitas kampanye. Pastikan juga untuk mengukur hasil dari setiap kampanye untuk menilai kinerja dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Ini bisa mencakup analisis peningkatan penjualan, engagement di media sosial, dan perubahan dalam persepsi merek.

b. Untuk Konten Marketing

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa konten marketing yang menarik perlu didorong dan difasilitasi oleh tim kreatif. Diharapkan bagi tim kreatif dapat mengadakan strategi konten yang selaras dengan tujuan bisnis untuk menghasilkan konten yang inovatif dan menarik. Ini termasuk penentuan target audiens, jenis konten yang akan dibuat, dan platform distribusi yang tepat.

Tim kreatif juga dapat memanfaatkan berbagai teknik promosi seperti SEO, iklan berbayar, dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas konten. Menetapkan strategi distribusi yang efektif untuk memastikan bahwa konten mencapai audiens target melalui saluran yang tepat, seperti media sosial, blog, email marketing, dan situs web.

Tim kreatif dan marketing perlu memastikan bahwa semua konten mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, termasuk hak cipta, perlindungan data, dan peraturan iklan. Menjaga etika dalam pembuatan konten, seperti menghindari clickbait, tidak menyesatkan audiens, dan menyajikan informasi yang akurat dan jujur.

a. Untuk Keputusan Pembelian

Disarankan kepada manajer brand jiniso untuk dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait pemasaran, penjualan, dan pengembangan produk. Keputusan pembelian mempengaruhi bagaimana merek diposisikan di pasar. Manajer perlu memastikan

bahwa positioning merek sesuai dengan persepsi dan preferensi konsumen. Penggunaan data dari keputusan pembelian untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif, seperti iklan yang ditargetkan, promosi khusus, dan komunikasi yang relevan.

Analisis perilaku pembelian sangat penting dalam membantu merancang strategi promosi yang lebih efektif, termasuk penawaran diskon, bundling produk, dan program loyalitas. Diharapkan dengan meningkatkan kualitas brand ambassador dan konten marketingnya maka akan meningkatkan minat customer dari produk Jiniso di media sosial sehingga dapat memberikan kesan yang lebih positif bagi para calon konsumen sebelum menentukan keputusan pembelian.

