

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, yang mencakup Harga, *Brand Image*, *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian pada produk Amaterasun, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Amaterasun. Ini berarti harga yang ditawarkan kepada konsumen sebanding dengan manfaat yang dimiliki pada produk Amaterasun, sehingga konsumen semakin percaya untuk membuat keputusan pembelian.
2. *Brand Image* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Amaterasun. Ini berarti *brand image* yang pada produk Amaterasun sudah cukup memadai untuk mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, yang terbukti dari pernyataan bahwa produk Amaterasun memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing.
3. *Brand Ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Amaterasun. Ini berarti bahwa *brand ambassador* yang ditunjuk oleh Amaterasun dapat membantu konsumen dalam mengenali produk baru yang dijual oleh Amaterasun melalui *brand*

ambassador tersebut, sehingga memberikan informasi yang mendetail kepada konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

4. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapat diartikan bahwa Harga, *Brand Image* dan *Brand Ambassador* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk Amaterasun. Hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk Amaterasun dipengaruhi oleh variabel harga, *brand image* dan *brand ambassador*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan prosedur ilmiah, meskipun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan fokus dalam penelitian selanjutnya untuk mencapai hasil yang lebih optimal dan berkualitas lebih tinggi. Adapun keterbatasan tersebut meliputi:

1. Data yang diperoleh dari penelitian ini hanyalah berdasar pada instrumen kuesioner yang mengandalkan persepsi responden secara online melalui *Google Form*.
2. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Seiring berjalannya waktu, apabila terjadi perubahan tren pasar, preferensi konsumen, atau faktor eksternal lainnya yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini, hal tersebut dapat mempengaruhi validitas hasil penelitian.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh harga, *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian. Sehingga perlu

di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, yang mencakup Harga, *Brand Image*, *Brand Ambassador* dan Keputusan Pembelian pada produk Amaterasun, maka beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi berguna bagi Amaterasun untuk menetapkan harga yang lebih terjangkau bagi konsumen tanpa merugikan perusahaan. Oleh karena itu, Amaterasun harus mempertimbangkan tingginya harga yang diberikan agar konsumen merasa puas dengan harga tersebut.
 - b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Amaterasun untuk mengoptimalkan brand image, karena *brand image* merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif dalam menarik perhatian para konsumen.
 - c) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Amaterasun untuk melaksanakan strategi brand ambassador dengan menyajikan informasi yang mendetail mengenai produk Amaterasun, yang sangat bermanfaat bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam hal ini, Amaterasun perlu memperhatikan figur publik yang memiliki jangkauan luas di berbagai kalangan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, seperti dengan menambahkan variabel kualitas produk, diskon, loyalitas konsumen dan lain-lain.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya wawasan pengetahuan serta dapat melengkapi literatur mengenai pengaruh harga, *brand image* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Amaterasun.

