

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Pengaruh *Brand Ambassador* dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Top-Up Game Mobile Legends*", berikut adalah kesimpulan utama:

1. Pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian

Brand ambassador memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan daya tarik dari seorang *brand ambassador* mampu meningkatkan minat serta keyakinan konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Pengaruh Testimoni terhadap Keputusan Pembelian

Testimoni memiliki pengaruh positif namun relatif kecil terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan bahwa ulasan konsumen sebelumnya memberikan kontribusi terhadap kepercayaan calon pembeli, meskipun dampaknya tidak sebesar *brand ambassador*.

3. Pengaruh Simultan *Brand Ambassador* dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian

Secara simultan, *brand ambassador* dan testimoni bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian dengan kontribusi yang moderat. Kombinasi keduanya memberikan nilai tambah dalam membangun kepercayaan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

5.2 Keterbatasan Dalam Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Jumlah Sampel Terbatas

Penelitian ini hanya melibatkan 110 responden yang mayoritas berasal dari kalangan tertentu. Hal ini dapat memengaruhi generalisasi hasil penelitian untuk populasi yang lebih luas.

2. Cakupan Responden

Responden yang diteliti adalah pemain Mobile Legends yang melakukan transaksi melalui penyedia layanan pihak ketiga. Hal ini membuat hasil penelitian kurang relevan untuk pemain game lain atau mereka yang menggunakan layanan resmi.

3. Keterbatasan Variabel Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel, yaitu *brand ambassador* dan testimoni. Faktor lain, seperti harga, kualitas layanan, atau kemudahan transaksi, tidak disertakan dalam analisis.

4. Metode Analisis

Penggunaan metode kuantitatif berbasis kuesioner dapat memiliki kelemahan berupa bias responden, seperti jawaban yang cenderung subjektif atau kurang representatif terhadap pengalaman sebenarnya.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Praktis

1. Bagi Pelaku Bisnis *Top-Up Game Mobile Legends*

Pelaku bisnis disarankan untuk lebih selektif dalam memilih *brand ambassador* yang sesuai dengan karakteristik target pasar. Selain itu, mengelola dan memanfaatkan testimoni positif dari konsumen dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kredibilitas.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan lebih teliti dalam mengevaluasi *brand ambassador* dan testimoni sebelum melakukan transaksi, terutama untuk menghindari potensi penipuan dari penyedia layanan pihak ketiga.

5.3.2 Saran Akademis

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas populasi dan sampel dengan melibatkan komunitas game online yang lebih besar dan beragam untuk meningkatkan generalisasi hasil.

2. Peneliti di masa depan juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor lain, seperti harga atau kualitas layanan, yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

