

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan pada hasil uji dan temuan yang didapatkan tentang pengaruh *event marketing* dan *brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian pada acara *Meet and Greet* Scarlett x EXO, penulis mengambil kesimpulan yakni:

1. Penelitian mengungkapkan jika *Event Marketing* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian selama acara *Meet and Greet* Scarlett x EXO.
2. Terbukti variabel *Brand Ambassador* juga berdampak baik dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada acara *Meet and Greet* Scarlett x EXO.
3. Berdasarkan hasil temuan, *Event Marketing* dan *Brand Ambassador* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada acara *Meet and Greet* Scarlett x EXO.
4. Diperhatikan bahwa menurut hasil penelitian ini, variabel *Brand Ambassador* mempunyai dampak yang lebih besar terhadap keputusan pembelian pada saat acara *Glow To You* Scarlett x EXO dengan nilai hasil uji T sebesar 0,032 yang lebih besar dari *Event Marketing* dengan nilai uji T sebesar 0,005.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah saran yang dapat diberikan oleh peneliti dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan serta semua pihak yang terlibat di dalamnya:

1. Mendorong peningkatan strategi *Event Marketing* dengan mengintegrasikan kehadiran *Brand Ambassador* untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas strategi *Event Marketing* dengan mempertimbangkan kontribusi dari *Brand Ambassador*.
3. Mengidentifikasi dan mengundang *Brand Ambassador* yang sesuai dengan citra dan nilai perusahaan untuk memperkuat branding dan daya tarik acara promosi.
4. Menyelenggarakan pelatihan dan pengembangan bagi *Brand Ambassador* untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara positif.
5. Memperhatikan umpan balik dan tanggapan konsumen terhadap kehadiran *Brand Ambassador* dalam *Event Marketing* untuk terus memperbaiki dan mengoptimalkan strategi promosi.
6. Semoga peneliti selanjutnya dapat melakukan pembaharuan pada penelitian yang serupa. Sehingga hasil penelitian dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

Diharapkan saran-saran ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas dan hasil dari kegiatan pemasaran mereka, dan juga memberikan manfaat positif bagi semua individu yang terlibat.