

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dikumpulkan dari kuesioner yang disebar dan hasil pembahasan tentang daya tarik iklan, *brand ambassador*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pada variabel Daya tarik iklan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur. Artinya daya tarik iklan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli mie lemonilo. Semakin menarik iklan yang disajikan semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk memutuskan membeli produk mie Lemonilo
2. Hasil variabel *Brand ambassador* (X2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur. *brand ambassador* NCT Dream tidak cukup memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen ketika ingin membeli mie Lemonilo. Keputusan konsumen untuk membeli mie Lemonilo bukan karena NCT Dream sebagai *brand ambassador*, konsumen membeli karena adanya faktor lain seperti kebutuhan atau keinginan mereka karena *brand ambassador* bukan faktor utama konsumen dalam memutuskan membeli mie Lemonilo.
3. Hasil dari variabel *Brand image* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen mie Lemonilo di Bekasi Timur. Brand image berpengaruh ketika konsumen ingin memutuskan membeli suatu produk karena semakin baik brand image akan semakin tinggi tingkat keputusan pembeliannya. Konsumen yang memiliki nilai positif terhadap suatu brand akan lebih mudah memutuskan pembelian.

## B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian. Saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan berdasarkan tanggapan responden dari total mean yang paling tinggi pesan yang disampaikan pada iklan sudah jelas dan mudah dipahami oleh konsumen, namun perusahaan harus meningkatkan tampilan iklan yang lebih menarik seperti meningkatkan humor, meningkatkan tampilan iklan kearah digital. karena dari nilai mean dari tanggapan responden nilai mean yang paling kecil adalah indikator ketertarikan ketika menonton iklan, karena itu perusahaan harus meningkatkan lagi tampilan iklan yang lebih menarik agar konsumen lebih tertarik ketika menonton iklan mie Lemonilo. Peningkatan ini bisa dilakukan dengan visualisasi gambar yang menarik, cerita yang jelas namun singkat agar konsumen tertarik dan pesannya tetap tersampaikan, lebih aktif membuat iklan vidio di berbagai media sosial bisa menggunakan tiktok yang sekarang ini banyak produk/jasa yang mempromosikan penjualannya melalui tiktok, penggunaan remarketing, atau menggunakan influencer dengan begitu konsumen akan lebih tertarik.
2. Bagi perusahaan berdasarkan tanggapan responden dari total mean *brand ambassdaor*. NCT Dream berhasil dalam mempromosikan mie Lemonilo karena responden setuju NCT Dream mempunyai keahlian dalam mempromosikan produk Lemonilo. Namun dari mean yang paling kecil indikator kekuatan, NCT Dream tidak cukup mempengaruhi konsumen untuk membeli mie Lemonilo. Perusahaan perlu untuk lebih selektif lagi dalam memilih *brand ambassador* yang sesuai dengan kriteria yang di butuhkan Lemonilo sebagai mie sehat. Perlu diperhatikan lagi *brand ambassador* seperti apa yang dibutuhkan Lemonilo agar brand ambassdaor tersebut dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli mie Lemonilo. Dengan penggunaan *brand ambassador* yang baik akan dapat menarik konsumen.

3. Bagi perusahaan berdasarkan tanggapan responden dari total mean *brand image* yang paling tinggi merek Lemonilo sangat mudah untuk diingat oleh konsumen, sedangkan dari mean yang paling kecil perlu meningkatkan citra perusahaan sebagai mie sehat agar ketika konsumen terpikirkan mie sehat dipikirkannya yang pertama kali muncul adalah Lemonilo. Perusahaan juga harus tetap menjaga dan meningkatkan citra merek yang baik kepada konsumen. Baik buruknya citra merek dapat mempengaruhi keputusannya untuk membeli produk tersebut atau tidak. Lemonilo masih perlu meningkatkan brand image bukan hanya mie sehat saja tapi bisa ke produk-produk yang menyehatkan tetap memiliki rasa yang enak sesuai selera masyarakat.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini, penulis menyarankan untuk menambahkan variabel lain pada penelitian untuk membuktikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan dapat menutupi kekurangan dari penelitian ini. Memperbanyak jumlah responden dan lebih selektif dalam menyeleksi calon responden agar dapat meningkatkan hasil penelitian.

