

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian produk melalui Aplikasi Tokopedia serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan

sebagai berikut:

1. Brand Ambassador berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk melalui Aplikasi Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Brand Ambassador yang digunakan Aplikasi Tokopedia, semakin baik keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian melalui Aplikasi Tokopedia.
2. Brand Image berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk melalui Aplikasi Tokopedia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek Aplikasi Tokopedia, semakin tinggi keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk melalui aplikasi Tokopedia.

5.2 Saran

1. Dalam penelitian ini penggunaan Aplikasi Tokopedia untuk membeli produk sudah digemari oleh sebagian besar masyarakat. Oleh sebab itu Tokopedia harus selalu konsisten menyediakan dan mengembangkan

platform yang dapat membantu masyarakat dalam membeli produk sehingga tercipta konsumen yang loyal.

2. Terkait dengan Brand Ambassador, sebaiknya Tokopedia memperbanyak Brand Ambassador lokal sehingga Brand Ambassador dapat berkomunikasi dengan lebih baik dalam memasarkan produk dan layanan. Selain itu penggunaan Brand Ambassador lokal juga dapat lebih meningkatkan segmentasi pasar yang dapat dijangkau.
3. Terkait dengan Brand Image, sebaiknya Tokopedia meningkatkan layanan dan keunikan seperti berkerjasama dengan lebih banyak fintech dan jasa pengiriman. Sehingga konsumen dapat memiliki lebih banyak pilihan yang beragam dalam melakukan pembelian produk. Selain itu Tokopedia juga harus menjaga konsistensi dan kemudahan layanan untuk menjaga citra Aplikasi Tokopedia.