

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan guna melihat korelasi *Brand Ambassador* serta *Brand Personality* pada Minat Beli pada pembelian Produk Pond's. Berlandaskan temuan serta pembahasan, peneliti menyimpulkan yakni :

1. Variabel *Brand Ambassador* (X1) serta *Brand Personality* (X2) secara simultan berkorelasi signifikan pada Minat Beli (Y).
2. Variabel *Brand Ambassador* (X1) secara parsial berkorelasi signifikan pada Minat Beli (Y).
3. Variabel *Brand Personality* (X2) secara parsial berkorelasi signifikan pada Minat Beli (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan minat beli perusahaan, peneliti menyarankan dalam memilih *Brand Ambassador* Pond's sebaiknya perusahaan memperhatikan lebih detail masalah reputasi dan citra dari selebriti yang ditunjuk sehingga dapat menarik konsumen baru dan tidak terkena masalah dari skandal yang dimiliki selebriti. Selain itu *brand ambassador* yang dipilih akan lebih

baik jika memiliki tingkat kepopuleran yang tinggi agar mudah dikenal semua orang.

2. *Brand Personality* merupakan penghubung antara konsumen dengan produk. Oleh karena itu dalam meningkatkan minat beli Pond's harus memilih secara hati – hati karakteristik yang tepat dengan produk dan target pasarnya. Karena konsumen menyukai produk yang dapat menggambarkan dan sesuai dengan jati dirinya, Pond's sebaiknya tidak mudah berganti – ganti karakter yang dapat membingungkan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih menyeluruh terkait dengan minat beli. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan sampel yang lebih banyak atau melakukan penelitian di tempat yang berbeda untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap variabel lainnya secara lebih luas.