

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan diolah secara langsung, maka hasil penelitian mengenai pengaruh *brand awareness*, *brand image* dan *brand ambassador* terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee (Studi pada konsumen *e-commerce* Shopee di wilayah Kabupaten Mojokerto), dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Brand awareness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang lebih besar daripada 0,05 yaitu  $0,989 > 0,05$ .
2. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang lebih kecil daripada 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ .
3. *Brand ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang lebih kecil daripada 0,05 yaitu  $0,030 < 0,05$ .

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi perusahaan *e-commerce* Shopee

Shopee sebagai pemimpin *e-commerce* di Indonesia harus tetap mempertahankan citra yang baik terhadap konsumen atau juga dapat lebih meningkatkan citra baiknya dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen semakin berminat dalam membeli barang melalui *e-commerce* Shopee. Shopee melalui juga harus mempertahankan konsep promosi yang menggunakan tokoh publik atau selebritas sebagai *brand ambassador* karena mereka memiliki basis massa yaitu penggemar yang tidak sedikit yang mana penggemar tersebut biasanya akan mengikuti segala macam yang dilakukan oleh yang diidolakan dalam hal ini adalah selebritas yang menjadi *brand ambassador e-commerce* Shopee, termasuk juga berbelanja di tempat dimana selebritas tersebut terlibat dalam suatu hubungan kerjasama.

### 2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti hal yang serupa dengan penelitian ini atau melanjutkan penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan mengembangkan penelitian terhadap faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen di *e-commerce* Shopee. Metode penelitian juga dapat dikembangkan menjadi lebih luas agar nantinya hasil penelitian akan lebih akurat dan terpercaya. Selain teknik wawancara dan kuesioner, bias juga

dikembangkan dengan teknik survei lapangan untuk mengamati kondisi di sekitarnya sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yang bersifat subyektif.