

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Adapun Simpulan yang dapat diambil dari penelitian terkait Pengaruh *K-pop* Idol Sebagai *Brand ambassador* Melalui *Consumer Trust* Terhadap *Purchase Decision* Di *E-commerce (Electronic commerce)* Tokopedia adalah:

1. Variabel *Brand ambassador* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Hal ini terjadi karena *Brand ambassador* memiliki pengaruh dalam menarik perhatian pengikutnya sehingga hal tersebut dapat mendorong perilaku *Purchase Decision* yang dilakukan pada konsumen di *E-commerce* Tokopedia.
2. Variabel *Brand ambassador* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Consumer Trust*. Hal ini terjadi karena *Brand ambassador* dan Perusahaan yang diwakilinya sama-sama terpengaruh oleh citra masing-masing, hal ini pula yang menjadikan *E-commerce* Tokopedia lebih dipercaya oleh konsumen karena *Brand ambassador*nya sendiri memiliki citra yang terpuji di mata konsumen.
3. Variabel *Consumer Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Hal ini disebabkan karena konsumen umumnya melakukan pembelian secara berulang di tempat yang mereka rasa nyaman dalam bertransaksi.
4. Variabel *Brand ambassador* memiliki Pengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* melalui *Consumer Trust*. Hal ini serupa dengan pernyataan pada poin 2 dimana *Brand ambassador* dapat mempengaruhi *Consumer Trust* baik secara positif ataupun negatif, hal ini secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap *Purchase Decision* yang dilakukan oleh konsumen.

5.2 Implikasi

Implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah bahwa *Brand ambassador* merupakan salah satu strategi *marketing* yang digunakan oleh perusahaan dalam memperbaiki *Consumer Trust* serta meningkatkan *Purchase Decision* pelanggan. Pada kasus ini *Brand ambassador* digunakan sebagai taktik promosi dalam memperluas jaringan pasar di *E-commerce* Tokopedia khususnya di kalangan *K-popers* Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan terkait maupun perusahaan lainnya dalam meningkatkan strategi pemasarannya khususnya pada strategi *brand ambassador* yang efisien dan efektif.

5.3 Rekomendasi

Adapun Rekomendasi yang akan diberikan berdasarkan dari hasil penelitian adalah:

5.3.1 Rekomendasi Bagi Perusahaan

1. Kedepannya Tokopedia diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya guna menjaga nama baik Perusahaan maupun *Brand ambassador*
2. Tokopedia perlu menjaga citra Perusahaan serta perlu memperhatikan isu yang melibatkan *Brand ambassador*nya guna mempertahankan nama baik Perusahaan.
3. Apabila kolaborasi dengan *Brand ambassador* terkait telah berakhir maka Tokopedia harus mampu mempertahankan citra yang semula telah dibangun dan harus memilih *Brand ambassador* yang memiliki visi yang sama dengan perusahaan agar target pasar yang semula tercapai tetap dapat dipertahankan.

5.3.2 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Hasil penelitian ini kedepannya diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain sebagai sumber data terkait topik *Digital Marketing*
2. Untuk peneliti selanjutnya penulis memberikan rekomendasi agar variabel yang nantinya dibuat dapat lebih beragam serta dapat menjawab permasalahan nyata yang ada di masyarakat terkait *Digital Marketing*