

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan kepada *followers* Instagram Choi Siwon dan konsumen dari mie instant mengenai pengaruh *brand* ambassador terhadap minat beli pada produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Persepsi konsumen terhadap *brand* ambassador pada produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken* menurut konsumen berada pada kategori tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kinerja Choi Siwon sebagai ambassador dari Mie Sedaap sudah baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *visibility* (visibilitas) memiliki penilaian paling tinggi. Berdasarkan hasil wawancara, mereka mengatakan bahwa Choi Siwon memiliki popularitas yang mumpuni, frekuensi interaksi yang dilakukan dengan penggemar cukup sering, cukup disukai oleh berbagai kalangan khususnya seseorang yang menyukai K-Pop sejak lama. Hal ini tentunya merupakan kelebihan yang dimiliki oleh Choi Siwon dan dapat dimanfaatkan oleh Mie Sedaap untuk semakin menarik minat beli pelanggann.
2. Tingkat minat beli konsumen pada produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken* berada pada kategori tinggi. Artinya konsumen berminat untuk membeli Mie Sedaap *Korean spicy chicken*. Minat beli memiliki empat indikator, yakni *awareness, interest, desire, dan action*. Indikator *desire* (keinginan) merupakan indikator yang mendapatkan skor tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Artinya responden memiliki keinginan atau minat untuk membeli produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken* setelah melihat promosi yang dilakukan oleh *brand* ambassador.
3. Pengaruh *brand* ambassador terhadap minat beli pada produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken* berada pada tingkat hubungan yang kuat. *Brand* ambassador mempengaruhi secara parsial terhadap minat beli konsumen, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

1.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis, implikasi dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pemilihan *brand* ambassador sebagai metode promosi yang dilakukan oleh Wings Group menunjukkan hasil yang cukup memuaskan dengan memilih Choi Siwon sebagai *figure* untuk ditampilkan kepada khalayak umum. Perlu di ingat jika memilih *brand* ambassador sebagai metode promosi untuk suatu produk maka perusahaan perlu mempertimbangkan banyak aspek saat memilih seseorang untuk dijadikan ambassador produk mereka, karena hal tersebut dapat mempengaruhi hasil daripada promosi tersebut. Produk baru Mie Sedaap yang di ambassadori oleh Choi Siwon merupakan langkah yang tepat yang dilakukan oleh Wing Group dikarenakan Choi Siwon hampir memenuhi banyak aspek yang dibutuhkan oleh *brand* ambassador agar ketika promosi dilakukan dapat menunjukkan hasil yang memuaskan. Tentunya masih banyak sosok atau kelompok yang lebih baik untuk dijadikan *brand* ambassador oleh Wings Group, tetapi untuk saat ini hal yang mereka lakukan sudah tepat.
2. Minat beli pelanggan terhadap produk baru Mie Sedaap berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan menunjukkan jika mereka lebih tertarik terhadap produk tersebut lebih dikarenakan penasaran dengan cita rasa produk tersebut. Kontribusi Choi Siwon sebagai *brand* ambassador terhadap minat beli pelanggan dapat dikatakan cukup berpengaruh, dikarenakan Siwon dapat membujuk para penggemarnya untuk turut membeli produk yang sedang dia promosikan dan juga membentuk *brand* image Mie Sedaap menjadi lebih baik daripada tidak memilih Siwon sebagai *brand* ambassadornya sama sekali.
3. Pemilihan *brand* ambassador agar dapat meningkatkan minat beli pelanggan menunjukkan hasil yang signifikan. Dimana kontribusi *brand* ambassador diantara faktor-faktor lainnya cukup besar, walaupun tidak lebih dari 50%. Artinya langkah yang dilakukan oleh Wings Group dalam memilih *brand* ambassador sebagai metode promosi mereka dapat dikatakan sukses, dan apabila kedepannya Wings Group memilih sosok atau kelompok yang jauh lebih baik daripada Choi Siwon tentunya persentase kontribusi *brand* ambassador terhadap minat beli pelanggan akan jauh lebih besar.

1.3 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dituliskan sebelumnya mengenai pengaruh *brand* ambassador terhadap minat beli, maka penulis akan memberikan beberapa saran dan rekomendasi yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dialami oleh Mie Sedaap, sehingga hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Mie Sedaap maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil keputusan.

1. Wings Group selaku perusahaan yang memiliki merek Mie Sedaap agar mempertahankan Choi Siwon sebagai *brand* ambassador. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat menarik perhatian konsumen, untuk menaikkan penjualan, dan memperluas penjualan bukan hanya di Indonesia tetapi hingga mancanegara. Penambahan *brand* ambassador lain juga sangat disarankan terlebih jika *ambassador* yang dipilih merupakan seseorang atau kelompok yang sedang digemari oleh masyarakat luas. Tetapi pemilihan ambassador juga hendaknya memperhitungkan tingkat kredibilitas dan indikator lainnya sehingga konsumen pun lebih mengakui dan mempercayai sang ambassador.
2. Untuk meningkatkan minat beli, ambassador Mie Sedaap hendaknya melakukan ulasan secara panjang pada *channel* YouTube atau Instagram pribadinya untuk produk yang sedang di promosikan, bukan hanya sekedar promosi selewat saja melalui *postingan*. Ambassador Mie Sedaap dapat memberi tanggapan langsung menurut dia dan menyampaikannya kepada audiens. Jika hal ini dilakukan, besar kemungkinan minat beli konsumen dan penjualan produk akan meningkat.
3. Untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya, diharapkan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor lain yang dapat diteliti dalam penelitian selanjutnya dapat berupa cita rasa, kualitas produk, *consumer taste*, *electronic word-of-mouth*, maupun faktor pribadi dan faktor psikologi. Hal ini dilakukan agar semakin memperoleh gambaran yang lebih jelas dan lengkap mengenai pengaruh *brand* ambassador terhadap minat beli untuk produk Mie Sedaap *Korean spicy chicken*.