

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari pembahasan mengenai Kredibilitas Brand ambassador Terhadap Minat Beli Produk Speed jersey Di Komunitas sepeda cikole lembang, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Pikat Kredibilitas Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Daya Pikat maka akan berdampak pada Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Pikat yang dilakukan Brand ambassador pada media sosial dianggap mampu menjadi alat pemasaran di sosial media yang baik untuk menarik perhatian konsumen.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara **Kepercayaan** Kredibilitas Brand ambassador Terhadap Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik **Kepercayaan** maka akan berdampak pada Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Terkait keterpercayaan Brand ambassador pada sosial media, seorang Brand

ambassador harus memiliki keterpercayaan dari para pengikutnya sehingga pengikutnya mampu mengikuti apa yang sedang digunakan atau dilakukan Brand ambassador mampu menarik pengikutnya untuk mengikuti.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Keahlian Brand ambassador Terhadap Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang, yang menunjukkan bahwa semakin baik Keahlian Brand ambassador pada Social media maka akan berdampak pada Minat Beli Produk Speed Jersey Di komunitas sepeda cikole lembang. Hal ini disebabkan oleh Brand ambassador pada Social media yang memiliki keahlian untuk mengiklankan suatu produk dengan demikian para pengikutnya menganggap keahlian Brand ambassador cukup berpengaruh dalam minat beli mereka terhadap produk Speed jersey.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Brand ambassador Terhadap Perhatian Produk Speed Jersey Di Anggota komunitas sepeda cikole lembang dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas Brand Ambassador pada Social media maka akan berdampak pada Perhatian Produk Speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwan kredibilitas Brand ambassador pada Social media menciptakan hal yang positif bagi Anggota komunitas sepeda cikole lembang sehingga mampu menciptakan perhatian terhadap produk Speed jersey.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Brand ambassador Terhadap Ketertarikan Produk speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas Brand ambassador pada Social media maka akan berdampak pada Ketertarikan Produk speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitupula sebaliknya.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Brand ambassador Terhadap Keinginan Produk speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas Brand Ambassador pada Social media maka akan berdampak pada Keinginan Produk speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Kredibilitas Brand Ambassador pada Social media mampu menciptakan keinginan anggota komunitas sepeda cikole lembang untuk membeli produk Speed jersey.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas Brand ambassador pada Social media maka akan berdampak pada Minat Beli Produk Speed jersey di komunitas sepeda cikole lembang yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Kredibilitas Brand ambassador pada Social media mampu menciptakan Minat Beli Anggota komunitas sepeda

cikole lembang untuk membeli produk Speed jersey.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan peneliti kemukakan adalah :

1. Brand ambassador harus mampu mempertahankan dan meningkatkan Kredibilitas dirinya untuk mempengaruhi pengikutnya agar pemasaran melalui Brand ambassador meningkat dengan cara memanfaatkan fitur - fitur yang ada di Social media seperti fitur story, Reels dan alangkah baiknya menggunakan Fitur promosi atau iklan berbayar dari platform Social media tersebut karena itu akan cepat membuat feed atau postingan ter expose di berbagai kalangan, dan mampu memberikan kualitas dalam meng-iklankan suatu produk dengan meamksimalkan kualitas konten untuk di upload di Social media.
2. Speed Jersey harus mampu memilih Brand ambassador yang memiliki kredibilitas yang baik, agar produk Speed jersey mampu dikenal lebih luas dan peminatnya meningkat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi Minat Beli sehingga memberikan hasil yang lebih luas dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Kredibilitas terhadap Minat Beli, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.