



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini yang memiliki judul “Pengaruh *Brand Ambassador*, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nu Green Tea di Indomaret Klampis Surabaya Timur” melalui uji regresi linear berganda, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Brand Ambassador* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Nu Green Tea di Indomaret Klampis Surabaya Timur.
2. *Brand Image* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Nu Green Tea di Indomaret Klampis Surabaya Timur.
3. Variabel Kualitas Produk (X3) tidak berpengaruh terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Nu Green Tea di Indomaret Klampis Surabaya Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pada variabel *brand ambassador* yang terletak pada indikator pernyataan no 3 merupakan nilai *mean* terbesar, yaitu NCT 127 memiliki pengalaman sebagai *brand ambassador* sehingga mampu mempromosikan produk Nu Green Tea. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak PT. ABC selaku perusahaan yang menaungi Nu Green Tea dapat mempertahankan atau menambah *brand ambassador*, seperti bekerjasama dengan toko idola atau *public figure* lainnya untuk mempromosikan produk Nu Green Tea.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pada variabel *brand image* yang terletak pada indikator no 2 merupakan nilai *mean* terbesar, yaitu Nu Green Tea adalah minuman teh hijau yang memiliki manfaat untuk menyehatkan tubuh. Oleh karena itu, disarankan kepada pihak PT. ABC selaku perusahaan yang menaungi Nu Green Tea dapat melakukan inovasi baru dengan cara melakukan bazar di *event* kesehatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja dan Tarigan. 2017, Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, *Journal Article*, 5 (3): 1-9
- Alma, Buchari, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Amelisa., Yonaldi., dan Hesti. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5 (3): 1-13.
- Anugerah., Hanfan., dan Susilawati. 2021. Pengaruh *Brand Image*, *Brand Ambassador*, *Word Of Mouth* dan *Testimony In Social Media* Terhadap Keputusan Pembeian Hijab Sulthnah Di Kota Tegal, *ejournal*, 6 (1): 35-43.
- AristaDP. 2013. Struktur organisasi perusahaan manufaktur PT ABC. <https://blog.ub.ac.id/aristaindra/2013/03/23/struktur-organisasi-perusahaan-manufaktur/> (Diakses Tgl. 15 Januari 2022 : Pk 21:57)
- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Deka. 2017. Market Share Teh Kemasan Indonesia. <https://dedlee30.blogspot.com/2017/12/market-share-teh-kemasan-indonesia.html> (Diakses Tgl. 09 Desember 2021 : Pk 13.00)
- Dipa, Yoga. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Brand Image* Restoran Koki Joni *Pasta* dan *Turkey* Yogyakarta (Studi kasus pada karyawan departemen Pekerjaan Umum Jakarta.) Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. A. 2019, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, CV. Qiara Media, Surabaya.
- Foster, Bob. 2016. Impact of Brand Image on Purchasing Decision on Mineral Water Product “Amidis” (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences (ARJHSS)*. ISSN (Online), (2): 2378-7031.
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.





- Haryati, H, 2019. Pengaruh *Brand Ambassador* Agnes Monica Terhadap *Brand Image Vivo Smartphone*. Tesis. Jakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14. Penerbit PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- _____. 2016, *Marketing Management, Global Edition*, Edisi 15, Penerbit *Pearson Education. England*.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2014. *Principles Of Marketing, Global Edition*, Edisi 14, Penerbit *Pearson Education. England*
- _____. 2015. *Principles Of Marketing, Global Edition*, Edisi 14, Penerbit *Pearson Education. England*
- _____. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____. 2018. *Principles of Marketing*, Edisi 17. Penerbit Pierson Education Limited, Italy.
- Lailiya. 2020. Pengaruh *Brand Ambassador* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia, *IQTISHADequity*, 2 (2): 113-126.
- Levy & B. A. Weitz. 2012. *Retailing Management*, Edisi 8, McGraw-Hill International. New York
- Manampiring dan Trang. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt. Astra International Tbk Malalayang, *Jurnal EMBA*, 4 (1): 472-483.
- Marketeers Editor. 2015. Tiga Fokus Nu Green Tea Pertahankan Pangsa Pasar. <https://www.marketeers.com/tiga-fokus-nu-green-tea-pertahankan-pangsa-pasar/> (Diakses Tgl. 08 Januari 2022 : Pk 5:56)
- Mudiantono, S. P. R., 2016, Analisis Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk dan Harga terhadap *Brand Image* serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian, *Diponegoro Journal Of Management*, 5 (2): 1-12.
- Prawesti, F. L. 2016. Faktor-Faktor Yang Membentuk *Brand Image* iPhone Menurut Persepsi Konsumen. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
- Safitri, K., Analisis Pengaruh *Customer Experience* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang di Storia Caffè MMXVI, *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 3 (1): 66-75.



- Sari, Mandey, dan Soegoto, 2014. Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero), *Jurnal EMBA*, 2 (2): 1222-1232.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Penerbit Andi., Yogyakarta.
- Simamora, 2011. Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Solimun, Dr.Ir.MS, Dr. Adji Achmad R.F,S.Si, M.Sc, Nurjannah, S.Si, M.Phil,Ph.D. 2017, *Metode Statistika Multivariat* (Pemodelan Persamaan Struktural).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, CV Alfabeta, Bandung.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, CV Alfabeta, Bandung.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, CV Alfabeta, Bandung.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, CV Alfabeta, Bandung.
- _____. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Yusiana, R. dan R. Maulida. 2015. Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador Pond's* Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Ecodemica*. 3 (1): 1-6.