

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sebelumnya dijabarkan, maka dapat kita tarik kesimpulan terkait pengaruh Brand Ambassador dan Testimoni Produk terhadap Minat Beli Produk Specs Pada Mahasiswa UIN SMH Banten. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwasanya variabel Brand Ambassador (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli produk specs pada Mahasiswa UIN SMH Banten (Y). Hal tersebut karena nilai signifikansi lebih kecil $0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} X1 adalah sebesar 3,839 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,985 ($3,839 > 1,985$),
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwasanya variabel Testimoni Produk (X2) secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap Minat Beli produk specs pada Mahasiswa UIN SMH Banten (Y). Hal tersebut karena nilai signifikansi lebih kecil $0,000 < 0,05$. Nilai t_{hitung} X2 adalah sebesar 5,521 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,985 ($5,521 > 1,985$)

3. Hasil analisis data menunjukkan bahwasanya variabel Brand Ambassador (X1) dan Variabel Testimoni Produk (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli produk specs pada Mahasiswa UIN SMH Banten (Y). Karena nilai F_{hitung} sebesar 58,471, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09, dengan kata lain F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($58,471 > 3,09$), dan pada nilai signifikansinya memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas, maka saran dari penulis sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis agar selalu mengembangkan bisnis melalui cara-cara yang lebih inovatif dengan menggunakan brand ambassador yang dinilai cocok dengan produk yang diperdagangkan. Disisi lain brand ambassador pula harus menyampaikan sebuah informasi yang menunjang produk atau jasa yang diperdagangkan. Selain brand ambassador memberikan informasi yang bersifat informatif, pelaku bisni bisa pula memberikan kolom testimoni produk agar calon konsumen bisa mengetahui kepuasan konsumen sebelumnya.

2. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa UIN SMH Banten agar dapat memperhatikan testimoni produk dari konsumen sebelumnya agar nantinya tidak mengalami kekecewaan saat menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Selain memperhatikan testimoni produk, mahasiswa pun harus juga memilah informasi yang

diberikan oleh brand ambassador produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memberikan variabel lain seperti kualitas pelayanannya, promi yang ditawarkan dan lain-lain untuk mempengaruhi minat beli.