

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada postingan sebelumnya, maka kesimpulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Boyband BTS Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat beli Army Pada Platform Tokopedia” adalah sebagai berikut.:

1. Hasil uji hipotesis diberikan angka t-hitung sebesar 6,527 dengan p-value 0,000 sampai dengan 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh dari brand ambassador variabel pada platform tokopedia terhadap minat beli Army..
2. Ada beberapa kenaikan pengunjung di triwulan I, namun kemudian pengunjung mengalami kenaikan yang sangat signifikan di triwulan II dan mengalami kenaikan lebih lanjut di triwulan III, yang kemungkinan besar juga melibatkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Penyebabnya karena penyebab yang disampaikan oleh Brand Ambassador melalui berbagai iklan ternyata tersampaikan dan diterima dengan baik oleh Konsumen.
3. Penelitian ini juga memakai analisis SOR untuk menganalisis. Analisis SOR memiliki tiga unsur yaitu stimulus, organisme dan respons. Unsur yang pertama adalah stimulus, berdasarkan stimulus pada penelitian ini bahwa BTS telah memberikan pesan kepada ARMY sebagai *brand ambassador* Tokopedia yaitu banyaknya promo yang di pasang oleh Tokopedia pada aplikasi Tokopedia.

4. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh para ARMY yang melakukan pembelian barang di Tokopedia. Kegiatan komunikasi yang dilakukan ARMY dapat dilihat dari penggunaan media sosial Instagram dan aplikasi lainnya yang digunakan untuk saling bertukar informasi mengenai BTS. Tokopedia membuat event khusus untuk BTS yang berguna untuk menarik perhatian ARMY dengan tujuan memasarkan fitur dan produk yang ada di platform Tokopedia. Pada dasarnya komunikasi pada suatu komunitas seperti ARMY memiliki pola komunikasi dengan Bahasa khusus yang turut mempengaruhi perilaku anggota lainnya, baik berupa komunikasi verbal dan non verbal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, terdapat saran dari peneliti yang bertujuan untuk mengevaluasi pihak perusahaan maupun kepada peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Tokopedia

Melihat besarnya antusiasme ARMY melakukan pembelian karena kolaborasi dengan popularitas BTS untuk *brand ambassador*. Tokopedia kedepannya jika ingin berkolaborasi kembali dengan BTS perlu meningkatkan promosi penjualan yang lebih menarik dan inovasi lainnya. Hal ini dikarenakan apabila Tokopedia hanya melakukan *event* atau promosi yang kurang mengikuti perkembangan *trend* dan cenderung berulang maka akan mengurangi rasa ketertarikan untuk melakukan keputusan pembelian jika hanya mengandalkan kolaborasi atas popularitas BTS saja. Tokopedia perlu meningkatkan ide-ide promosi lainnya selain pemberian *photocard* BTS pada setiap pembelian

barang tertentu. Tokopedia dapat memberikan *merchandise* koleksi Tokopedia x BTS lain setiap pembelian item tertentu, memberikan *reward merchandise* Tokopedia x BTS yang berberda bagi setiap tingkat member Tokopedia, mengadakan *event meet up* dengan BTS bagi pelanggan Tokopedia yang betuntung dan lainnya. Oleh karena itu, Tokopedia perlu terus mengupgrade aplikasi dengan berbagai fitur menarik, namun tidak menjadi salah satu alasan melakukan pembelian di Tokopedia dan menarik minat beli yaitu dengan rekomendasi-rekomendasi produk dari Tokopedia maupun mudahnya konsumen mengakses ulasan produk di kolom pada Tokopedia. Fitur – fitur Tokopedia perlu mempertahankan fitur – fitur yang menarik minat beli dan mempermudah belanja dengan menganalisis melalui tanggapan pelanggan atas aplikasi Tokopedia. Tokopedia juga perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dalam garansi produk. Hal ini, berguna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memudahkan konsumen untuk melakukan garansi ketika terdapat produk yang tidak sesuai dengan deskripsi atau harapan konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan untuk melakukan pengembangan lain atas peneltiian seperti menambahkan beberapa metode yang dari penelitian ini. Metode yang dapat diterapkan atas penelitian ini kembali misalnya dengan menggunakan metode lain seperti mediasi, moderasi. Atas penelitian yang telah dilakukan, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian ini terdapat variabel lainnya yang tidak diteliti, namun memungkinkan untuk membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian.