



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Simpulan

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil penelitian dan pengujian hipotesis tentang pengaruh iklan *dan brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*, maka diperoleh kesimpulan yakni:

1. Iklan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Hal ini berarti semakin baik iklan yang disajikan oleh Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*, maka akan tingginya pula keputusan pembelian konsumen.
2. *Brand ambassador* memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*. Hal ini berarti keputusan pembelian konsumen juga bisa dipengaruhi oleh *brand ambassador* meskipun tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan.

#### B. Saran

Sebagaimana yang didasarkan pada kesimpulan yang telah disampaikan, adapun saran yang diberikan yakni sebagai berikut:

1. Bagi Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*  
Dikaitkan dengan *brand ambassador* untuk produk Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*, dalam hal ini penulis berpendapat untuk tetap menjaga strategi pemasaran yang dimanfaatkan Mie Sedaap *Korean Spicy Chicken*.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dikarenakan keterbatasan waktu dan kondisi pandemik yang dihadapi peneliti saat melaksanakan kajian ini, maka peneliti berharap kajian ini bisa dikembangkan dengan lebih luas lagi, yakni menjangkau responden yang lebih banyak, melaksanakan wawancara responden, melaksanakan penelitian kualitatif, atau bisa menambahkan variabel lainnya seperti harga, promosi penjualan, kualitas produk dan lainnya yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak Cipta Dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.