

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil pembahasan di bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran untuk kategori (PS-P): a. variabel citra merek (baik) 70,63%, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. b. daya tarik iklan (baik) 75,53%, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. c. *celebrity endorser* 77,0% (baik), hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. d. minat beli ulang (baik) 74 %, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
2. Variabel citra merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada aplikasi *online* Tokopedia. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.
3. Variabel daya tarik iklan (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada aplikasi *online* Tokopedia. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
4. Variabel *celebrity endorser* (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang (Y) pada aplikasi *online* Tokopedia. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.

5. Variabel citra merek, daya tarik iklan dan *celebrity endorser* secara simultan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada aplikasi online Tokopedia. Jika dibandingkan dengan hipotesis yang dibuat, maka hipotesis dalam penelitian ini tidak terbukti.
6. Hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 55,5 % yang merupakan kontribusi dari variabel citra merek, daya tarik iklan dan *celebrity endorser*, sedangkan sisanya yaitu 40,5 % dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Aplikasi online Tokopedia diharapkan memperhatikan citra dari merek produk yang dijual, dengan cara memperoleh kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen dengan menampilkan produk yang memiliki citra yang baik dan positif di ingatan konsumen.
2. Aplikasi online Tokopedia diharapkan melakukan inovasi pada setiap iklan yang ditayangkan, seperti kreatifitas dalam iklan, pesan-pesan dalam iklan yang membuat konsumen mengerti, sehingga konsumen lebih mengingat produk-produk yang dijual aplikasi online Tokopedia.
3. Aplikasi online Tokopedia diharapkan mengontrak *celebrity endorser* atau selebriti pendukung yang memiliki keahlian sesuai dengan produk yang diiklankan dan memilih selebriti yang terkenal, agar mendapat perhatian yang lebih tinggi dan terus diingat oleh konsumen.

4. Bagi Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli ulang, selanjutnya penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Ghozali, Imam 2011. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS**. Yogyakarta : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong,. Gary. 2012. **Principles of Marketing**. *Global Edition, 14 Edition, Prentice Hall Pearson Education*. Bob Sabran, MM (Penerjemah) 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler P dan Keller.2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi ketiga belas, Jilid 1. Gramedia, Jakarta.
- Levis, Leta Rafael. 2013. **Metode Penelitian Perilaku Petani**. Maumere:Penerbit Ledalero.
- Riduwan, 2004. **Belajar Mudah Penelitian**. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Shimp, Terence.2010. **Marketing** : Nelson Education, Ltd. Alex dan Sobur (Penerjemah) 2009. Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D**. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D Bandung** : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. **Metode Penelitian Pendidikan**. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto Danang. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung : PT Refika Aditama Anggota Ikapi*.
- Sutanto, T. E. 2015. **Statistika Tanpa Stress**. Jakarta: TransMedia Pustaka.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**: Andi-Yogyakarta
- Zikmud, Wiliam G. Babin J. Barry. 2006. **Business Research Methods New York** :*South-Westren College Pub Nine Edition*. Diana Angelia dan Horson Kurnia (Penerjemah). 2010 Metode Penelitian Bisnis Perguruan Tinggi New York Edisi Sembilan, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Skripsi, Jurnal, Tesis :

- Afif Ramadhan dan Santosa. 2017. **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan**.

- Aji Nugroho.2013. **Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia.** *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.0,pp. 274-284, jul.2013
- Asna.2015. **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Mahasiswa Se-Malang Raya.** *Jurnal Ekonomi Modernisasi*
- Conny Sondakh.2015. **Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado).** *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 3 (1), 2015
- Deden Indrawan. 2013. **Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Pada Sabun Mandi Zinzui Di Kota Pontianak.** Vol 2, No 2
- Dian Marselina dan Siregar.2017. **Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Brand Image Pada Kosmetik Wardah Di Bogor.** *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*. Vol.8 No.1
- Dinar Rian Fiona. 2020. **Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay Di Jabotabek).** *Jurnal Ilmu Administrasi* , Vol.9, no.1, pp. 333-341
- Dwityanti.2008. **Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian.**
- Endang Tjahjaningsih, Maurine Yuliani. 2009. **Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Merek Hp Nokia (Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang).**
- Erni Yunaida. 2017. **Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa.** *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No 2, November
- Fahri Nur Taufik Ash-Shiddieq.2014. **Pengaruh Celebrity Endorser Valentino Rossi Terhadap Brand Image Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom).** Vol 1, No 3
- Fitdiarini, Noorlaily. 2015. **Kepercayaan Pelanggan Untuk Melakukan Online Shopping Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang.**
- Gunawan dan Amalia.2021. **Pengukuran Aktivitas Pemasaran Pada Media Sosial Instagram.** *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 133-142

- Intan Mawarsari. 2018. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo.** Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta, 2018
- Kadek Ayuk, I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2019. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi.** Vol 8 NO 3
- Laurensia Hanjani Putri. 2016. **Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy.** Jurnal Manajemen dan *Start-up* Bisnis 1 (2), 162-170
- Manuntun Pakpahan. 2020. **Strategi Meningkatkan Minat Beli Ulang Terhadap Produk Obat Pt. Novel Pharmaceutical Labs Medan.** Jurnal Ilmiah Jumansi Stindo Medan. Vol.2 No. 2 Agustus 2020
- Noverita Wirayanthi, Singgih Santoso. **Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Minat Beli Produk Private Label.** Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara (JWD) 1 (2), 87-96, 2018
- Nyoman Wisniari Savitri. 2017. **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Minat Beli Pada Tokopedia Di Denpasar.** Vol 6 NO 8
- Oceani dan Sutopo. **Analisis Pengaruh Citra Merek , Nilai Pelanggan, Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware Di Magelang.** Vol 6, Nomor 1, Tahun 2017
- Putu Anita Fransiska, Ni Ketut Seminari. **Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli Honda PCX 150.** E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 7 (7), 254014, 2018
- Rahmi Rosita. 2018. **Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction.** *E-Journal* Widya Ekonomika
- Rizki Suci Febriyanti dan Aniek Wahyuati. 2016. **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli.** Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Vol 5, NO 5
- Rosminda Demang. 2021. **Pengaruh Online Costumer Review, Ekspetasi Konsumen Dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Marketplace Shoppe Studi Kasus Pada Pelanggan Asrama Putri Yosepha Merdeka Kota Kupang.**

- Sartika Dewi. 2017. **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen.** Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 2 (1), 2017, Hal:10-21
- Suri, Asmara. 2017. **Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiomi Di Kota Langsa.** Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, NO.1, Mei 2017
- Totok Subianto. 2007. **Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.** Jurnal Ekonomi Modernisasi
- Wayan Arisna Pratiwi dan Gede Bayu Rahanatha.2016. **Peran Brand Awareness Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Attitude Indomie Di Kota Denpasar.** E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana
- Yan Bayu Bramatya, Made Jatra. 2016. **Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar.** E-Jurnal Unud, Vol.5, No.3, 2016:1745-1771
- Yoshua Glennardo.2018. **Pengaruh Celebrity Endorser Slank Terhadap Minat Berdonasi Masyarakat Pada Organisasi Non Profit Profauna.** Parisomania Vol .5. NO 1 April 2018:19-28
- Yusuf, khassanah. 2018. **Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Preferensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.** Diponegoro *Journal of Management* 7(2), 360-370.

Website :

<https://www.bing.com/search?q=brand+ambasador+tokopedia&form=PRIDID&pc=ASTE&ocid=ASUSDHP17&httpsmsn=1&msnews=1&refig=d1ef6342ef0d456d89dd6f51da08881d&sp=1&q=HS&pq=brand+amba&sk=PRE51&sc=8-10&cvid=d1ef6342ef0d456d89dd6f51da08881>