

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Zoya fashion di Bandar Lampung.
2. *Brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Zoya fashion di Bandar Lampung.
3. Citra merek dan *brand ambassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Zoya fashion di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, dalam usaha meningkatkan keputusan pembelian pada Zoya fashion di Bandar Lampung , maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Dengan tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan dari faktor citra merek terhadap keputusan pembelian Zoya fashion di Bandar Lampung, disarankan perusahaan meningkatkan citra merek dengan cara : Meningkatkan Kekuatan asosiasi merek, Keunggulan asosiasi merek, dan Keunikan asosiasi merek.

2. Dengan terdapatnya pengaruh yang signifikan dari faktor *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian Zoya fashion di Bandar Lampung, disarankan perusahaan mempertahankan *brand ambassador* yang sudah memiliki *Transference* (pemindahan), *Congruence* (Kesesuaian), *Credibility* (kredibilitas), *Attractiveness* (Daya Tarik), *Power* (kekuatan) yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain citra merek dan *brand ambassador* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini seperti *brand awareness*, *brand positioning* atau kualitas produk yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.