

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mempertimbangkan temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, simpulan yang dapat ditarik dari studi ini mencakup poin-poin berikut:

1. *Brand ambassador* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Zalora di Kota Batam.
2. *Brand image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Zalora di Kota Batam.
3. *Product quality* (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Zalora di Kota Batam.
4. *Brand ambassador* (X1), *brand image* (X2) dan *product quality* (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen Zalora di Kota Batam.

5.2 Saran

Dari hasil yang telah dipresentasikan sebelumnya, terdapat sejumlah saran yang dirinci sebagai berikut:

1. Zalora diharuskan untuk memilih *brand ambassador* yang memiliki pengaruh besar dan relevansi kuat dengan target pasar. Dengan cara bekerja sama dengan *influencer* yang memiliki jumlah pengikut besar di media sosial dapat meningkatkan keputusan pembelian. *Influencer* yang memiliki pengaruh besar di kalangan audiens yang sesuai dapat membantu memperkenalkan produk-

produk Zalora secara lebih efektif, mendorong keyakinan konsumen, dan akhirnya meningkatkan penjualan.

2. Zalora harus berusaha keras untuk mempertahankan *brand image* yang konsisten dan positif. Hal ini dapat dicapai melalui kampanye pemasaran yang efektif dan pelayanan pelanggan yang memuaskan. Selain itu, mengadakan acara yang melibatkan komunitas lokal juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan *brand image* di mata konsumen. Dengan langkah-langkah ini, Zalora dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong keputusan pembelian yang lebih banyak.
3. Zalora perlu terus meningkatkan *product quality* dengan cara melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di Batam. Dengan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, Zalora dapat menyesuaikan produk agar lebih sesuai dengan harapan pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, Zalora tidak hanya dapat meningkatkan *product quality* tetapi juga dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempelajari lebih dalam topik yang dipilih dengan memasukkan variabel tambahan ke dalam analisis. Selain itu, memperluas jangkauan responden dalam penelitian. Langkah ini bertujuan untuk memperkaya pemahaman tentang fenomena yang diselidiki, yang pada akhirnya menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan berwawasan luas. Pendekatan ini akan memperluas cakupan hasil riset, menawarkan perspektif yang lebih bernuansa dan eksplorasi subjek yang lebih mendalam.