

## BAB IV

### KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

#### 4.1. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand ambassador* BTS terhadap *purchase intention* pada fitur Go-Food. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan 150 responden sebagai sampel serta pengujian yang telah dilakukan, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut :

1. Jawaban responden terhadap pernyataan dalam variabel X (*Brand Ambassador*) dengan menggunakan *Viscap Model* (*Visibility, Credibility, Attraction, dan Power*) nilai terbesar terdapat pada indikator *Visibility*. Setiap indikator dari *Viscap Model* tersebut memiliki nilai yang baik, namun indikator *Visibility* mendapatkan nilai tertinggi yaitu 4,37. Indikator ini membahas mengenai visibilitas sebagai brand ambassador yang meliputi reputasi, citra, dan daya tarik BTS dalam mempromosikan sebuah brand. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai penggunaan BTS sebagai *brand ambassador* dengan reputasi, citra, dan daya tarik yang dimiliki olehnya dapat berperan positif ketika mempromosikan sebuah brand (Go-Food). Sedangkan, Respon

responden terhadap pernyataan dalam variabel Y (*Purchase Intention*) mendapatkan nilai yang baik. Nilai tertinggi terdapat pada indikator *Transactional Intention*, yaitu sebesar 4,32 artinya bahwa konsumen memiliki daya tarik untuk melakukan pembelian.

2. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *brand ambassador* BTS (X) berpengaruh positif terhadap *purchase intention* (Y) pada fitur Go-Food dalam aplikasi Gojek Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa dengan menggunakan *brand ambassador* sebagai “wajah” suatu brand dapat mempengaruhi *purchase intention* oleh konsumen.
3. *Brand ambassador* memiliki pengaruh sebesar 31% terhadap *purchase intention* dan sisanya yaitu 69% dipengaruhi oleh faktor – faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *Perceived Quality*, *Brand Loyalty*, *Brand Image*, dll.

#### **4.2. Rekomendasi**

Adapun rekomendasi yang dapat disampaikan terhadap Go-Food, PT Gojek Indonesia sebagai masukan yang dapat digunakan di kemudian hari adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen setuju bahwa BTS memiliki reputasi yang baik, serta

penggemar di seluruh dunia. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Go-Food untuk menciptakan kegiatan pemasaran yang lebih banyak lagi, seperti membuat *merchandise* BTS x Go-Food. Dalam mempromosikan *merchandise* tersebut, Go-Food dapat menggunakan media sosial seperti Instagram sehingga dapat menarik perhatian konsumen secara luas. Banyaknya kegiatan pemasaran yang beragam, seperti pembuatan *merchandise* tersebut dengan memanfaatkan penggunaan BTS sebagai *brand ambassador* dapat menarik semakin banyak konsumen dan mendorong terjadinya *purchase intention*.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti dan mengembangkan penelitian ini dengan membahas menggunakan faktor – faktor lainnya yang dapat berpengaruh terhadap variabel *purchase intention*, seperti *perceived quality*, *brand awareness*, *brand loyalty*, dll.

#### **4.3. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

Diketahui bahwa *brand ambassador* BTS memberikan dampak yang positif terhadap *purchase intention* pada Go-Food. Hal tersebut menunjukkan bahwa Go-Food dapat menggunakan *brand ambassador* sebagai strategi pemasaran untuk membantu mendorong minat pembelian (*purchase intention*) oleh konsumen. Pemilihan *brand ambassador* yang tepat akan berpengaruh

pula terhadap *purchase intention*. Sama halnya dengan BTS, jika Go-Food akan melakukan pemilihan *brand ambassador* lainnya, diperlukan seseorang yang memiliki daya tarik serta reputasi yang baik, sehingga dapat memiliki pengaruh yang baik terhadap *purchase intention* seperti penggunaan BTS saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajijah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kompetensi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Perangkat Desa . *Journal Manajemen - Vol. 13*.
- Dewi, I. R. (2022, June 9). *Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia 2022?* Retrieved from CNBC Indonesia:  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2017). *Menhub : Transportasi Sudah Menjadi Kebutuhan Dasar Masyarakat*. Retrieved from Kementerian Perhubungan: <http://dephub.go.id/post/read/menhub-transportasi-sudah-menjadi-kebutuhan-dasar-masyarakat>
- PT. Gojek Indonesia. (n.d.). *Tentang Gojek*. Retrieved from Gojek:  
<https://www.gojek.com/id-id/about/>
- Jayani, D. H. (2019, September 19). *Nielsen Singapura: GoFood, Layanan Pesan-Antar Makanan Terbaik di Indonesia*. Retrieved from Databoks:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/19/nielsen-singapura-gofood-layanan-pesan-antar-makanan-terbaik-di-indonesia>
- Armstrong, G., & Kotler, P. J. (2015). *Principles of Marketing*. Global Edition.
- Javier, F. (2021, August 5). *Ada 7,5 Miliar Twit K-Pop pada Juli 2020-Juni 2021, Terbanyak dari Indonesia*. Retrieved from Data:  
<https://data.tempo.co/data/1174/ada-75-miliar-twit-k-pop-pada-juli-2020-juni-2021-terbanyak-dari-indonesia>
- Rochimawati. (2022, June 22). *Alasan Gojek Gandeng BTS di Tiga Negara*. Retrieved from Viva: <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/inspirasi-unik/1488333-alasan-gojek-gandeng-bts-di-tiga-negara>
- Hollensen, S. (2015). *Marketing Management : A Relationship Approach*. Pearson.

- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. FT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management*. Pearson.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sadrabadi, A. N., Saraji, M. K., & Zadeh, M. M. (2018). Evaluating The Role of Brand Ambassador in Social Media. *Journal of Marketing Management and Consumer Behaviour*.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications*. Wiley.
- Sitanggang, D. D. (2022, September 15). *Apa Itu Tugas Brand Ambassador, Manfaat, dan Tips Memilihnya*. Retrieved from detikFinance:  
<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6292837/apa-itu-tugas-brand-ambassador-manfaat-dan-tips-memilihnya>
- Nofiawaty, Fitrianto, M. E., & Iisnawati. (n.d.). Brand Ambassador and the Effect to Consumer Decision on Online Marketplace in Indonesia. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 2020. Retrieved from Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Lisnawati, Hurryati, & A. Q. (2019). Website Quality and Risk Perception as The Influence of Purchase Intention in E-Commerce Website in Indonesia. *Strategic Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*.
- Devina, M., Priyowidodo, G., & Goenawan, F. (n.d.). Efektivitas Penggunaan Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition Pada ARMY Indonesia. *Journal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikas, Universitas Kritis Petra, Surabaya*, 2021.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand Diterjemahkan oleh Soenarto*. The American Library Association.

- Indriani, Y., Perdana, M., & Utami, F. N. (2021). The Influence of Brand Ambassador on E-Commerce Purchase Intention.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.
- Adiyanta, S. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law & Governance Journal*.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., & Fardani, R. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Fitria, S. E., & Ariva, V. F. (2018). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Sampoerna University. (2022, May 24). *Teknik Pengambilan Sampel: Pengertian, Tujuan, dan Macamnya*. Retrieved from [sampoernauniversity.ac.id](https://www.sampoernauniversity.ac.id/): <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teknik-pengambilan-sampel/>
- Novita, C. (2021, March 12). *Pengertian dan Contoh Data Kuantitatif serta Cara Mendapatkannya Baca selengkapnya di artikel "Pengertian dan Contoh Data Kuantitatif serta Cara Mendapatkannya"*, <https://tirto.id/ga5z>. Retrieved from [tirto.id: https://tirto.id/pengertian-dan-contoh-data-kuantitatif-septa-cara-mendapatkannya-ga5z](https://tirto.id/pengertian-dan-contoh-data-kuantitatif-septa-cara-mendapatkannya-ga5z)
- Dewi, D. A. (2018). *Modul : Uji Validitas dan Reabilitas*.
- Meiryani. (2021, August 10). *MEMAHAMI ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF DALAM PENELITIAN ILMIAH*. Retrieved from [accounting.binus.ac.id](https://accounting.binus.ac.id/): [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/10/\\_\\_\\_trashed-2/](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/10/___trashed-2/)

- Mulyono. (2019, December 02). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. Retrieved from  
 bbs.binus.ac.id: [https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-  
 asumsi-klasik/](https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-<br/>
  asumsi-klasik/)
- Ismiyati, Y. R. (2018). PENGARUH EFIKASI DIRI, KOMUNIKASI  
 INTERPERSONAL GURU DAN MEDIA PEMBELAJARAN TERHADAP  
 PERILAKU BELAJAR. *Economic Education Analysis Journal*.
- Raharjo, S. (2021, Februari 19). *Cara melakukan Uji Validitas Product Moment  
 dengan SPSS*. Retrieved from spssindonesia:  
[http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-  
 spss.html#:~:text=Uji%20validitas%20product%20moment%20pearson,dari  
 %20jawaban%20responden%20atas%20kuesioner.&text=Jika%20nilai%20r  
 %20hitung%20%3E%20r,soal%20angket%20tersebut%20dinyatakan%2](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-<br/>
  spss.html#:~:text=Uji%20validitas%20product%20moment%20pearson,dari<br/>
  %20jawaban%20responden%20atas%20kuesioner.&text=Jika%20nilai%20r<br/>
  %20hitung%20%3E%20r,soal%20angket%20tersebut%20dinyatakan%2)
- Muizu, W. O., Evita, S. N., & Suherman, D. (2016). Disiplin Kerja dan Pengaruhnya  
 Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil. *Pekbis Jurnal*.
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. L. (2019). PENGARUH CITY BRANDING “A LAND  
 OF HARMONY” TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DAN  
 KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PUNCAK, KABUPATEN BOGOR.  
*Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*.
- Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran UNM. (2018, March 24). *Penelitian  
 Kausal Komparatif*. Retrieved from penalaran-unm.org: [https://penalaran-  
 unm.org/penelitian-kausal-  
 komparatif/#:~:text=Adapun%20ciri%E2%88%92ciri%20pokok%20penelitian,  
 tersebut%20berlangsung%20atau%20telah%20terjadi](https://penalaran-<br/>
  unm.org/penelitian-kausal-<br/>
  komparatif/#:~:text=Adapun%20ciri%E2%88%92ciri%20pokok%20penelitian,tersebut%20berlangsung%20atau%20telah%20terjadi).
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang:  
 Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugandi, A. T. (2022, Januari 31). *Punya 1 Juta Mitra, GoFood Siap Bersaing Artikel  
 ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Punya 1 Juta Mitra, GoFood  
 Siap Bersaing", Klik selengkapnya di sini:*  
<https://teknologi.bisnis.com/read/20220131/266/1495410/punya-1-juta-mitra->



*gofood-siap-bers*. Retrieved from [teknologi.bisnis.com](https://teknologi.bisnis.com):

<https://teknologi.bisnis.com/read/20220131/266/1495410/punya-1-juta-mitra-gofood-siap-bersaing#:~:text=GoFood%20menyatakan%20telah%20memiliki%20sekitar,yang%20mayoritasnya%20merupakan%20UMKM%20lokal>.

Agustiyanti. (2021, September 18). *Bos Tokopedia Ungkap Keuntungan BTS & Blackpink Jadi Brand Ambassador Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Bos Tokopedia Ungkap Keuntungan BTS & Blackpink Jadi Brand Ambassador"*, <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/6145c93973d>. Retrieved from [katadata.co.id](https://katadata.co.id):

<https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/6145c93973df1/bos-tokopedia-ungkap-keuntungan-bts-blackpink-jadi-brand-ambassador>

Rahayu, C. N., & Jamiat, N. (2021). The Influence of Brand Ambassador BTS (Bangtan Seoyeondan) on Tokopedia Consumer Purchase Intention in Bandung City. *Udayana Journal of Social Science and Humanities*.

Yusuf, O. (2019, October 23). *Cerita Awal Mula Mendikbud Nadiem Makarim Mendirikan GoJek Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Cerita Awal Mula Mendikbud Nadiem Makarim Mendirikan GoJek", Klik untuk baca: https://tekno.kompas.com/read/2019/10/23/12010087/cerita-awal-mu*. Retrieved from [tekno.kompas.com](https://tekno.kompas.com):

<https://tekno.kompas.com/read/2019/10/23/12010087/cerita-awal-mula-mendikbud-nadiem-makarim-mendirikan-gojek?page=all>

Purnama, B. E. (2022, Juni 21). *Kolaborasi dengan BTS, Gojek Hadirkan Beragam Promo dan Hadiah*. Retrieved from [mediaindonesia.com](https://mediaindonesia.com):

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/500760/kolaborasi-dengan-bts-gojek-hadirkan-beragam-promo-dan-hadiah>

Agustina, D. (2018, January 12). *Nadiem Makarim Bagi Cerita Soal Awal Mula Go-Food*. Retrieved from [republika.co.id](https://republika.co.id):

<https://www.republika.co.id/berita/p2fro6328/nadiem-makarim-bagi-cerita->



from gensindo.sindonews.com:

<https://gensindo.sindonews.com/read/481484/700/ini-perbedaan-rentang-usia-pembeli-album-bts-pada-2015-dan-2021-1626145671>

Basmatulhana, H. (2022, June 22). *Ketahui Jenis-Jenis Sampling Agar Tak Salah saat Penelitian Baca artikel detikedu, "Ketahui Jenis-Jenis Sampling Agar Tak Salah saat Penelitian" selengkapnya*

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6140687/ketahui-jenis-jenis-sampling-agar-tak-salah-saat->. Retrieved from detik.com:

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6140687/ketahui-jenis-jenis-sampling-agar-tak-salah-saat-penelitian>