

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian keputusan pembelian NCTzen kota padang terhadap mi lemonilo dengan *brand ambassador* NCT Dream dapat disimpulkan bahwa :

1. NCT Dream sebagai *brand ambassador* mempunyai popularitas (*visibility*) yang tinggi, sehingga dapat mempengaruhi penggemarnya
2. NCT Dream sebagai *brand ambassador* mempunyai kekuatan (*credibility*) yang tinggi. NCT Dream mampu berkomunikasi dengan baik, memiliki pengetahuan terkait produk yang mereka wakili, sehingga mampu memberi keyakinan menarik minat beli konsumen
3. NCT Dream sebagai *brand ambassador* mempunyai daya tarik (*attraction*). NCT Dream mempunyai penampilan yang baik, berkarisma dan berintegritas. Karakter ini dapat memberikan energi positif, sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
4. NCT Dream sebagai *brand ambassador* mempunyai kekuatan (*power*) dalam mempengaruhi khalayak, memberi motivasi untuk maju melalui pesan yang disampaikan, sehingga dapat membuat citra merek menjadi lebih baik, konsumen akan mempertimbangkan produk untuk di konsumsi.
5. Keputusan pembelian yang dilakukan NCTzen kota Padang dipengaruhi

oleh iklan yang dibantangi NCT Dream. Karakter yang dimiliki *boyband* ini dapat meyakinkan konsumen untuk memutuskan membeli mi lemonilo.

## 5.2 Saran

Mengacu pada penelitian, ada beberapa saran yang muncul dari peneliti untuk berbagai aspek selama melakukan penelitian, yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya untuk menemukan variabel dan faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Judul penelitian yang sama dapat dikembangkan dengan menggunakan responden diluar anggota NCTzen.

