

**BAB V**  
**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1. Kesimpulan**

Dilaksanakannya riset ini bertujuan guna menguji serta menganalisis dampak dari Idol Korea sebagai *brand ambassador* Shopee pada keputusan pembelian di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hasil studi ini didapatkan dari sampel yang dikumpulkan dan diolah. Sesuai hasil dari penelitian dan analisis terhadap data yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka simpulannya, “Idol Korea yang jadi *brand ambassador* Shopee, berdampak positif pada keputusan pembelian di Kabupaten Sleman Yogyakarta”. Shopee dapat mempertahankan Idol Korea sebagai *brand ambassador* mereka, sehingga minat masyarakat Kabupaten Sleman Yogyakarta dalam memilih Shopee akan semakin meningkat.

Jika ingin melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (*brand ambassador*) dalam pengaruhi variabel dependen (keputusan pembelian) maka terlihat tabel ini :

**Tabel 5.1**  
**Model Summary**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,862 <sup>a</sup>	0,743	0,740	4,511
a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador				

**Sumber: Data Primer 2022**

**Diagram 5.1**

**Berdasarkan Besar Pengaruh Variabel**



**Sumber: Data Primer 2022**

Sesuai tabel itu menunjukkan besarnya nilai korelasi yakni 0,862. Dari uji tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) yakni 0,743, yang berarti dampak variabel independen pada variabel dependen ialah 74,3%. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan bahwa sebesar 74,3% idol Korea sebagai *brand ambassador* Shopee bisa mempengaruhi keputusan pembelian di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

## 5.2. Saran

Sesudah lakukan penelitian terkait dampak idol Korea sebagai *brand ambassador* Shopee pada keputusan pembelian di Yogyakarta, maka peneliti miliki beberapa saran bagi peneliti berikutnya, yakni :

6. Diharapkan mampu menambah variabel independen lainnya yang dapat pengaruhi minat keputusan pembelian.
7. Diharapkan memilih jumlah populasi yang lebih luas agar lebih mengetahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang besar.
8. Sebaiknya menambah rentang waktu penelitian dengan periode waktu yang lebih panjang.
9. Shopee dalam memilih *brand ambassador* sudah dilakukan dengan baik terbukti dari hasil uji hipotesis, bahwa idol Korea sebagai *brand amabassador* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan begitu SHopee harus mmepertahankan serta meningkatkan apa yang akan menjadi pendukung dalam perkembangan.