

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh penggunaan Brand Ambassador Selebriti Korea Selatan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan yaitu Song Joong Ki dan Twice oleh Scarlett Whitening berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji signifikansi parsial yang menunjukkan hasil nilai signifikansi 0,000. Dan nilai koefisien regresi menunjukkan positif dengan hasil 0,316. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan yaitu Song Joong Ki dan Twice sebagai *Brand Ambassador* produk Scarlett Whitening berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya jika meningkatnya *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan maka keputusan pembelian juga akan meningkat begitupun sebaliknya.

2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk Scarlett Whitening pada mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji signifikansi parsial yang menunjukkan hasil nilai signifikansi 0,003. Dan nilai koefisien regresi menunjukkan positif dengan hasil 0,230. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk Scarlett Whitening berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya jika meningkatnya kualitas produk maka keputusan pembelian juga akan meningkat begitupun sebaliknya.
3. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk Scarlett Whitening pada mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji signifikansi parsial yang menunjukkan hasil nilai signifikansi 0,001. Dan nilai koefisien regresi menunjukkan positif dengan hasil 0,370. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga produk Scarlett Whitening berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya jika meningkatnya kualitas produk maka keputusan pembelian juga akan meningkat begitupun sebaliknya.
4. Penggunaan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, kualitas produk dan harga secara serempak memiliki pengaruh positif yang terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening pada mahasiswa FES Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

## 5.2 Keterbatasan

Dari pengamatan langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang terjadi. Keterbatasan ini semoga dapat menjadi

faktor yang diperhatikan lagi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan hasil penelitian ini. Karena penelitian ini tentunya masih memiliki kekurangan yang perlu untuk diperbaiki dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Jumlah responden hanya 100 orang, sehingga belum cukup untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya variabel yang digunakan hanya menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga belum menggambarkan semua faktor yang menjadi keputusan pembelian produk.
2. Dalam proses pengambilan data hanya menggunakan model kuisioner sehingga juga tidak dapat melihat pendapat responden yang seharusnya. Hal ini juga karena responden memiliki pemikiran dan pendapat yang berbeda-beda.

### **5.3 Implikasi**

#### **1. Praktis**

Adapun temuan pada penelitian ini memiliki implikasi bagi pembaca sebagai bahan informasi, dan pihak perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan pada produk Scarlett Whitening. Untuk meningkatkan penjualan adalah agar mempertahankan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, hal ini dikarenakan mereka memiliki daya tarik tersendiri dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dari segi kualitas produk diharapkan perusahaan untuk tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah beredar dan digunakan oleh masyarakat. Dan pada harga agar lebih menjangkau lebih luas pada penjualan

diharapkan dapat menjual produk yang memiliki kemasan lebih kecil dengan harga yang lebih murah dari harga dengan ukuran biasanya.

## 2. Teoritis

Hasil dari penelitian ini nantinya dapat memberikan kontribusi sebagai sumber referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang juga akan meneliti pada pemasaran khususnya pada strategi penggunaan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan, Kualitas Produk dan Harga.

### 5.4 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak dan menambah jumlah variabel dalam penelitian ini. Dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih akurat dalam penelitian dan mengetahui faktor lain yang menyebabkan keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan diharapkan terus dapat mempertahankan menggunakan *Brand Ambassador* Selebriti Korea Selatan dan manambah jumlah merchandise tidak hanya *photo card* nya saja namun bisa juga menambah give away berupa album, lightstick, poster dll. Juga meningkatkan kualitas produk yang tidak mempengaruhi perubahan harga yang signifikan.