

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men? Dan adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat dan berpengaruh antara *sponsorship* terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men yang dilakukan oleh penonton tayangan Youtube Cabriolet Challenge. Pembahasan pada penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuisioner dan data tersebut diolah dengan SPSS versi 25. Setelah data diolah penulis menyimpulkan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil perhitungan menyatakan bahwa sebesar 24,3% terdapat pengaruh antara *sponsorship* dalam tayangan youtube terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men, sementara sisanya sebesar 75,7% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti seperti pemasangan iklan pada baliho, sponsor pada tayangan youtube lain, endorsement selebriti, dll. Keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men juga dapat diperoleh dari pencarian informasi mandiri yang dilakukan konsumen.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan dari uji hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Melalui hal tersebut dapat disimpulkan *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge berpengaruh pada keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men.
- c. Relevansi teori S – O – R dengan penelitian ini adalah Relevansi teori di atas dengan penelitian ini adalah terbukti bahwa sponsor sebagai stimuli mampu membawa pengaruh berupa keputusan pembelian terhadap organisme atau penonton. MS Glow for Men berhasil memberikan stimulus

Ibnu Titho Pra Ramadhan, 2021

PENGARUH SPONSORSHIP DALAM TAYANGAN YOUTUBE CABRIOLET CHALLENGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA MS GLOW FOR MEN

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

dengan dimensi sponsorship yaitu menjangkau target audiens yang sesuai dengan target konsumen dari MS Glow for Men, mensponsori tayangan yang sesuai dengan citra produk dan pesan disampaikan secara jelas, lengkap, mudah dimengerti dan persuasif, pesan juga disampaikan oleh talent yang memiliki kredibilitas. Hal tersebut membuat mereka percaya dan lebih memilih membeli produk dari MS Glow for Men dibandingkan dengan merek lain.

- d. Hasil penelitian ini juga mampu dimana tayangan Youtube mampu membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mampu mengkonfirmasi hasil penelitian pada jurnal sebelumnya. Jurnal tersebut ditulis oleh Rumondang Sinaga dan Andriani Kusumawati dengan judul Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). Hasil dari jurnal penelitian tersebut adalah Youtube beauty vlogger berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yaitu mengenai pengaruh *sponsorship* dalam tayangan Youtube Cabriolet Challenge terhadap keputusan pembelian produk perawatan wajah pria MS Glow for Men, maka peneliti memberikan saran yang relevan dengan penelitian ini yaitu:

Saran Akademis

- a. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya, dan diharapkan untuk mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini agar mendapat hasil yang lebih variatif.
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel-variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan tayangan dan sponsor yang berbeda.

- c. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan teori yang berbeda. Hal ini dimaksudkan agar penelitian selanjutnya memiliki perspektif yang berbeda dari teori yang digunakan pada penelitian ini.

Saran Praktis

- a. Bagi para pembaca penelitian ini khususnya pria, disarankan untuk memulai kebiasaan merawat wajah.
- b. Berdasarkan hasil penelitian diatas, produk yang paling dipilih untuk dibeli oleh responden adalah energy bright cream, disarankan bagi MS Glow for Men agar bisa meningkatkan daya tarik pada produk lain.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diatas, konsumen lebih memilih untuk membeli produk MS Glow for Men melalui *e-commerce*, disarankan untuk menambah jumlah reseller secara online atau menambah stok produk untuk dijual secara online.
- d. Dari hasil penelitian diatas, diharapkan untuk brand lain menjadikan penelitian ini sebagai acuan jika ingin melakukan kegiatan *sponsorship*.