

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai peran *korean wave*, *lifestyle* dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian konsumen produk *Innisfree* yang telah diuraikan sebelumnya dengan bantuan *software Partial Least Square (PLS)*, dapat ditarik kesimpulan bahwa *korean wave* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree*. Dapat diartikan bahwa dengan adanya fenomena *korean wave* maka dapat meningkatkan konsumen *Innisfree* untuk melakukan keputusan pembelian. Sehingga hasil ini sejalan dengan hipotesis atau jawaban sementara yang telah dibuat oleh peneliti.

Selanjutnya *lifestyle* tidak memiliki pengaruh kepada keputusan pembelian produk *Innisfree*. Jika diartikan maka *lifestyle* seorang konsumen tidak dapat meningkatkan keinginan konsumen *Innisfree* dalam pengambilan keputusan pembelian. Maka hasil yang diperoleh tidak sama dengan hipotesis atau jawaban sementara yang telah dirancang peneliti. Dan yang terakhir yaitu *brand ambassador* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Innisfree*. Yang dapat diartikan dengan adanya *brand ambassador* untuk produk *Innisfree* maka bisa menambah keinginan konsumen *Innisfree* akan melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasilnya sesuai dengan hipotesis penelitian.

V.2. Keterbatasan Penelitian

Untuk penelitian ini yang dijalankan oleh peneliti mempunyai beberapa keterbatasan. Beberapa keterbatasan tersebut dijabarkan sebagai berikut :

- a. Munculnya pandemik COVID-19 di Indonesia menjadi sebuah keterbatasan bagi peneliti dalam mendapatkan data responden dikarenakan jawaban konsumen *Innisfree* tidak dapat ditanyakan alasannya secara langsung. Sehingga peneliti menggunakan media *google form* sebagai alat bantu dan dikhawatirkan data tersebut akan menjadi bias.

- b. Banyak variabel lainnya yang dapat berdampak ke konsumen dalam melakukan sebuah keputusan pembelian. Maka dari itu, pada penelitian ini yang menggunakan variabel *korean wave*, *lifestyle*, *brand ambassador* dan keputusan pembelian dapat dikembangkan lagi oleh peneliti – peneliti berikutnya dimasa yang akan datang.

V.3. Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, berikut ini merupakan saran peneliti yaitu sebagai berikut :

- a. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan hubungan positif antara *korean wave* dan keputusan pembelian, akan lebih baik jika *Innisfree* memperhatikan konsumennya. Dikarenakan *korean wave* dapat mempengaruhi konsumen *Innisfree* melakukan keputusan pembelian. Untuk faktor dengan nilai terendah dalam *korean wave* juga harus diperhatikan agar faktor tersebut dapat ditingkatkan dan diatasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen *Innisfree* di masa yang akan datang. Khususnya mengenai keputusan konsumen untuk langsung melakukan pembelian ulang rangkaian *Innisfree*. Faktor lain seperti harga juga harus di perhatikan karena adanya persaingan produk yang menggunakan bahan baku alami.
- b. Dari hasil penelitian hubungan *lifestyle* dan keputusan pembelian memiliki arah negatif sebesar -0,7%. Yang bisa disimpulkan bahwa tidak ada kontribusi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen *Innisfree* dengan melihat hasil *sample original* tersebut. Dengan demikian pemasar atau perusahaan *Innisfree* tidak harus berpatokan dengan gaya hidup atau *lifestyle* seseorang dikarenakan tidak ada pengaruhnya terhadap keputusan pembelian seorang konsumen. Akan lebih baik jika perusahaan *Innisfree* lebih memperhatikan kontribusi *korean wave* dan *brand ambassador* lebih dalam karena berdasarkan hasil *korean wave* dan *brand ambassador* mempunyai potensi untuk mempengaruhi pembelian konsumen *Innisfree*. Dan perusahaan *Innisfree* harus dapat mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi misalnya harga atau kualitas produk.

- c. Pada hasil penelitian antara *brand ambassador* dan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang positif. Peneliti ingin memberikan saran agar *Innisfree* harus dapat mempertahankan Im Yoona sebagai *brand ambassador*. Hal ini dikarena Im Yoona mampu mempengaruhi konsumen *Innisfree* untuk melakukan keputusan pembelian. Selain itu konsumen *Innisfree* mengetahui bahwa Im Yoona merupakan sosok artis dan penyanyi yang populer. Sehingga membuat konsumen *Innisfree* dengan lebih mudah dapat mengenali.
- d. Untuk peneliti berikutnya, agar dapat mempertimbangkan variabel – variabel independen lain dalam melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian, dikarenakan keputusan pembelian dapat dipengaruhi juga oleh beberapa faktor lainnya.