

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data pada bab 4 mengenai pengaruh *brand ambassador*, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan 112 responden, kesimpulannya yaitu :

1. *Brand Ambassador* (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Bio Beauty Lab. Temuan menunjukkan sementara *brand ambassador* tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, teori yang diusulkan sebelumnya bahwa mereka secara positif mempengaruhi keputusan tersebut dapat diterima.
2. Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Bio Beauty Lab. Hasil ini menunjukkan para konsumen mendapat kualitas produk yang baik atau sesuai dari perusahaan. Apabila kualitas produk yang diberikan produk bio beauty lab baik maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Bio Beauty Lab. Temuan ini menunjukkan perusahaan memberi konsumen biaya yang wajar. Jika harga perusahaan masuk akal, lebih banyak pelanggan akan memilih untuk membeli dari mereka.
4. *Brand Ambassador* (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Bio Beauty Lab. *Brand Ambassador* (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) yang ditetapkan perusahaan pada produk Bio Beauty Lab mampu meningkatkan keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti tentunya ada keterbatasan ketika penelitian berlangsung harus diperhitungkan oleh peneliti berikutnya untuk meningkatkan penelitian. Penelitian ini tidak diragukan lagi memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki untuk studi

masa depan agar menyempurnakan. Keterbatasan penelitian yang dirasakan oleh peneliti adalah :

1. Jumlah responden dengan jumlah 112 tentunya tidak cukup dalam penggambaran situasi sebenarnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada produk Bio Beauty Lab dan masih banyak produk lain yang juga menjual produk *skincare*.
3. Pemikiran pemahaman, dan penganggapan yang berbeda dari setiap responden pada saat proses pengambilan data, info yang tertulis pada kuesioner sering tidak menggambarkan pendapat sebenarnya yang ada dari responden. Faktor yang lain yaitu jujurnya responden dalam mengisi kuesioner, juga berperan dalam hal ini.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Perusahaan

● Dari hasil pada analisis data mengenai “Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Bio Beauty Lab”, saran bagi perusahaan yaitu :

1. Peneliti menyarankan agar perusahaan memperhatikan brand ambassador agar keputusan pembelian dapat meningkat.
2. Sebaiknya perusahaan tetap mempertahankan hal-hal terkait dengan kualitas produk serta harga untuk meningkatkan lagi keputusan pembelian. Salah satunya tetap memperhatikan dan melakukan segala berbagai aspek kualitas pada produk dan harga.

5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil yang didapat pada data mengenai “Pengaruh *Brand Ambassador*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Bio Beauty Lab”, maka saran untuk penelitian setelah ini nantinya yaitu :

1. Penelitian setelah ini nantinya dapat mencocokkan kembali pada tiap model penelitiannya sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi pada produk Bio Beauty Lab
2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada produk lain atau produk dengan perusahaan yang lebih relevan dengan fenomena lain.