

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth*, dan *Social Media Marketing* terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta.
2. *Brand Ambassador* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta.
3. *Word of Mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta.
4. *Social Media Marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta.
5. Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,904. Hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan Kualitas Produk, *Brand Ambassador*, *Word of Mouth*, dan *Social Media Marketing* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta sebesar 90,4%, sisanya 9,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Bagi Perusahaan Implora

- a. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa Kualitas Produk memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream* Implora di Yogyakarta. Disarankan dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk *Lip Cream*. Dengan fokus pada inovasi dan formulasi yang dapat memberikan manfaat tambahan seperti kelembaban, ketahanan lebih lama, dan warna yang intens. Ini akan membantu mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap produk Implora.
- b. *Brand Ambassador* dalam penelitian ini memiliki dampak yang positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream* Implora di Yogyakarta. Disarankan perusahaan dapat memaksimalkan peran *Brand Ambassador*, dengan melibatkan *Brand Ambassador* secara aktif, baik melalui media sosial, iklan, maupun *event-event* tertentu. Pastikan *Brand Ambassador* tersebut menggunakan dan mempromosikan produk secara natural dan autentik.
- c. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa *Word of Mouth* memiliki dampak yang positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream* Implora di Yogyakarta. Disarankan

perusahaan mengoptimalkan *Word of Mouth*, dengan dorongan pelanggan untuk memberikan testimoni dan *review* positif diberbagai platform seperti media sosial, *marketplace*, dan *website* resmi. Manfaatkan testimoni ini dalam materi pemasaran.

- d. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa Sosial Media Marketing memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian produk *Lip Cream Implora* di Yogyakarta. Disarankan perusahaan memperkuat strategi *Social Media Marketing* dengan membuat konten yang menarik, kreatif, dan relevan bagi target audiens menggunakan berbagai format seperti foto, video, tutorial, dan ulasan produk. Dapat juga meningkatkan interaksi dengan pengikut di media sosial dengan membalas komentar dan pesan dengan cepat dan ramah, serta adakan sesi tanya jawab atau *live streaming* untuk mendekatkan diri dengan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu menjadikan referensi dan masukan untuk menambah wawasan-wawasan dalam dunia pemasaran. Penelitian berikutnya mengingat 9,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain seperti harga, distribusi produk, kemasan, promosi, dan loyalitas merek. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat menambah atau menggunakan variabel lain seperti daya tahan, keamanan, dan inovasi. Agar dapat memberikan informasi

terbaru, peneliti selanjutnya juga dapat menambah jumlah responden, melakukan penelitian di daerah lain, ataupun menggunakan metode lainnya.