

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini membahas mengenai "Pengaruh "brand ambassador" Sehun EXO terhadap citra merk whitelab di DIY". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada 100 responden dengan konsumen whitelab di DIY, penggemar Sehun EXO, dan telah membeli produk whitelab. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig. dalam penelitian ini yaitu 0,000 dimana angka tersebut memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh variabel X yaitu citra merk terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian. Selain dari itu, berdasarkan pada uji F yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai sig. dalam penelitian ini yaitu 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 yang memiliki pengertian bahwa variabel X yaitu citra merk memiliki pengaruh simultan terhadap variabel Y yaitu keputusan pembeli.
2. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini diketahui nilai R square sebesar 0,274 yang dapat dikatakan bahwa pengaruh dari variabel X (citra merk) terhadap Y (keputusan pembelian) sebesar 27,4% dimana keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini memiliki pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian produk Whitelab di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. SARAN

1. Bagi Instansi

Untuk brand Whitelab, diharapkan untuk tetap berada di garis depan dalam hal penelitian dan inovasi dalam industri perawatan kulit. Selalu cari tahu tren terbaru, bahan-bahan baru yang efektif, dan teknologi canggih untuk memastikan produk-produk Whitelab tetap relevan dan efektif. Dalam pemanfaatan pengaruh "brand ambassador", manfaatkan kehadiran ambassador di media sosial untuk

meningkatkan kehadiran merek Whitelab secara online. Dukung konten ambassador dengan kampanye yang kreatif, tantangan, atau giveaway untuk mendorong partisipasi konsumen dan memperluas jangkauan merek brand.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memilih topik yang lebih detail dan sederhana sehingga dalam proses penelitiannya tidak banyak menemui kesulitan serta mendapat banyak sumber saat melaksanakan penelitian. Dalam melaksanakan penelitiannya, diusahakan untuk tetap dalam cakupan topik dan tidak menjelaskan hal hal diluar topik penelitian