

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang “Daya Tarik Iklan Youtube, *Country Of Origin*, *Discount*, dan *Brand Loyalty* terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Nature Republic” di Yogyakarta dapat di ambil keputusan sebagai berikut :

1. Daya Tarik Iklan Youtube tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nature Republic di Yogyakarta. Dikarenakan nilai koefisien regresi sebesar 0,122, t hitung sebesar 1,713 dan nilai signifikansi 0,090 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis pertama di tolak.
2. Country of Origin tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nature Republic di Yogyakarta. Dikarenakan nilai koefisien regresi sebesar 0,084, t hitung sebesar 1,103 dan nilai signifikansi 0,273 lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis kedua di tolak.
3. *Discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nature Republic di Yogyakarta. Dikarenakan nilai koefisien regresi sebesar 0,094, t hitung sebesar 764 dan nilai signifikansi 0,447 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis ketiga di tolak.

4. *Brand Loyalty* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nature Republic di Yogyakarta. Dikarenakan nilai koefisien regresi sebesar 0,439, t hitung sebesar 5.928 dan nilai signifikansi 0.000 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis keempat di terima.
5. Daya Tarik Iklan Youtube, *Country of Origin*, *Discount*, dan *Brand Loyalty* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Nature Republic di Yogyakarta. Dikarenakan nilai uji f hitung sebesar 30,824 dengan nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, sehingga diambil ke lima diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberaa saran yang diajukan pada penelitian ini:

1. Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diajukan saran bagi perusahaan agar meningkatkan kualitas pemasaran produk Nature Republic seperti iklan yang ada di youtube lebih informative tetang kelebihan dan manfaatnya, agar konsumen lebih yakin untuk membeli produk tersebut, dalam promosi

lebih mengunggulkan kualitas produk dari Korea sehingga konsumen akan lebih bangga untuk menggunakan produk dari Korea, dan mengevaluasi adanya diskon di gerai resmi untuk menunjang keputusan pembelian konsumen, dikarenakan keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan. Selain menciptakan pelanggan yang loyal juga dapat memberikan berita positif terhadap orang lain.

2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya, Peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.