

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Vanesha Prescilla memiliki kredibilitas sebagai *brand ambassador* produk kecantikan Y.O.U sebesar 58,5% yang dimana daya tarik Vanesha Prescilla untuk merubah sikap pada merek. Hal ini karena kesukaan pada daya tarik fisik *brand ambassador* membantu sebagai pemacu positif dalam menyokong motivasi yang positif dan menimbulkan rasa ketertarikan terhadap konsumen atas produk yang *brand ambassador* iklankan dan sehingga mampu menarik minat *followers* Y.O.U kosmetik .
- b) Produk Y.O.U yang mampu mendorong minat beli sebesar 48,8% disimpulkan yang mampu mendorong minat beli produk Y.O.U kosmetik yaitu didasarkan pada referensi produk dari kerabat. Hal tersebut dikarenakan responden lebih mempercayai rekomendasi kerabat yang telah menggunakan produk kosmetik tersebut.
- c) Kesimpulan Vanesha Prescilla sebagai *brand ambassador* mempengaruhi minat beli sebesar 41,50% yang dimana atas pernyataan saya tidak akan mempertimbangkan produk Y.O.U karena Vanesha Prescilla berkata jujur. Dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen tidak didasarkan pada perkataan jujur yang dilontarkan oleh Vanesha Prescilla dalam mempromosikan produk Y.O.U Kosmetik.
- d) Terdapat pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli sebesar 0.579 yang berarti *brand ambassador* berpengaruh besar terhadap minat beli dan hasil koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) yaitu 0.335 yang artinya ada pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli adalah sebesar 33,5%, yang berpengaruh cukup besar

- e) Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *brand ambassador* terhadap minat beli produk kecantikan Y.O.U kosmetik di kalangan *followers* Y.O.U, terbukti berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak dari *followers* Y.O.U berminat untuk menggunakan produk Y.O.U Kosmetik. *Brand Ambassador* berpengaruh secara positif terhadap minat beli produk kecantikan Y.O.U kosmetik di kalangan *followers* Y.O.U.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi titik awal dari penelitian-penelitian akademis serupa. Untuk itu peneliti menyarankan hendaknya mampu mengembangkan lebih mendalam pengetahuan mengenai *brand ambassador* dan minat beli. Sebelum melakukan penelitian, hendaknya banyak mengumpulkan data-data terkait penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

1. Bagi Y.O.U kosmetik
Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai peran *brand ambassador* dalam menarik minat beli konsumen. Y.O.U kosmetik sebaiknya terus melakukan perbaikan dalam strategi pemasaran salah satunya pengembangan *brand ambassador* karena dilihat dari jumlah *followers* akun *instagram* Y.O.U kosmetik yang terbilang sedikit dengan *brand ambassador* yang memiliki popularitas, serta semakin ketatnya persaingan kosmetik saat ini.