

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan juga analisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Azarine. Artinya, promosi yang sudah dilakukan oleh Azarine berakibat positif bagi perusahaan dan dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. *Brand ambassador* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Azarine. Artinya, hal tersebut membuat konsumen tertarik dan dapat mendorong keinginan bagi konsumen untuk mempertimbangkan pembelian produk.
3. Promosi dan *brand ambassador* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Azarine. Artinya, dalam hal ini promosi dan *brand ambassador* merupakan pertimbangan penting sebelum melakukan keputusan pembelian pada sebuah produk. Apabila promosi iklan dan seorang duta merek dapat memberikan dampak yang positif kepada konsumen, maka hal tersebut bisa meningkatkan keinginan atau keputusan dalam mempertimbangkan pembelian produk oleh konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan proses ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan bagi peneliti selanjutnya untuk mencapai hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik. Keterbatasan tersebut sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan penelitian, penulis memiliki keterbatasan waktu yakni hanya selama 3 bulan pengerjaan.
2. Keterbatasan jumlah sampel atau responden yang hanya 117 responden, tentunya masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner berdasarkan persepsi jawaban dari responden secara online melalui google form.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dan masukan yang bermanfaat bagi produk sunscreen Azarine.

1. Saran peneliti untuk *brand* Azarine dapat merancang kampanye khusus di mana *brand ambassador* mempromosikan penawaran menarik, seperti diskon eksklusif yang hanya tersedia melalui tautan atau kode promo mereka. Azarine juga sebaiknya terus menawarkan program diskon berkala, seperti “*Flash Sale*” atau bundling produk, terutama di platform *e-commerce*. Penawaran semacam ini terbukti efektif dalam menarik konsumen baru dan mendorong pembelian ulang.

2. Saran peneliti untuk *brand* Azarine agar dapat memanfaatkan popularitas brand ambassador dengan melibatkan mereka dalam kampanye interaktif, seperti live streaming, review produk, atau challenge di platform seperti Instagram dan TikTok. Serta memilih *brand ambassador* yang memiliki citra yang sesuai dengan nilai merek Azarine, seperti kecantikan alami, gaya hidup sehat, dan ramah lingkungan. Influencer atau selebriti yang dikenal memiliki kulit sehat dapat menjadi pilihan ideal.
3. Dari hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan sebagai bahan masukan dan referensi oleh para peneliti lainnya dengan permasalahan yang sama dengan menggunakan beberapa sumber dari jurnal-jurnal, artikel dan buku yang mendukung dalam keberlangsungan penelitian.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel diluar variabel yang diteliti ini agar memperoleh hasil yang bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. seperti, *Social Media Marketing, Brand Image, Ulasan Konsumen, Citra Merek*.