

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat di Tarik kesimpulan bahwa :

1. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif di Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif di Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.
3. *Brand ambassador dan* Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif di Herborist Beauty Factory Outlet Plaza Medan Fair.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil jawaban responden yang merupakan konsumen Herborist maka dapat di jabarkan bahwa:

1. Pada variabel *brand ambassador* masih harus di optimalkan lagi kinerja *brand ambassador* dalam pemasaran produk Herborist dikarenakan variabel ini yang menjadi pengaruh lebih rendah dari pada variabel lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil regresi linear dengan nilai koefisien *brand ambassador* (X_1) sebesar 0,265 yang artiannya hanya 26% pengaruh *brand ambassador* terhadap keputusan

pembelian impulsif. Pengoptimalan kinerja *brand ambassador* dalam peningkatan pembelian impulsif dapat dilakukan dengan menggunakan *monitoring tools* seperti *Google Analytics* untuk melihat bagaimana performa *brand ambassador* dalam meningkatkan penjualan produk.

2. Pada penelitian ini harga menjadi faktor terbesar dari keputusan pembelian impulsif, Herborist harus tetap mempertahankan keunggulan produk dengan harga yang lebih murah dibandingkan produk lainnya dan dengan tetap menjaga kualitas dari produknya.
3. Pada penelitian ini hanya terbatas pada *brand ambassador* dan harga, selain pada *brand ambassador* dan harga masih ada 47,5% faktor lain yang harus ditingkatkan dari segi pemasaran demi menaikkan keputusan pembelian impulsif pada konsumen. Seperti penjualan produk secara online melalui marketplace ataupun penjualan produk secara offline yang dapat dilakukan dengan mengikuti pagelaran Stan Produk pada acara Festival.