

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Variabel *Korean Wave* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel *Brand Ambassador* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa persepsi pada *Brand Ambassador* akan memengaruhi keputusan pembelian.
3. Variabel *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hal ini menunjukkan bahwa *Korean wave*, dan *brand ambassador* dan *brand image* secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang menyebabkan gangguan dan kurangnya hasil. Penelitian ini mencakup batasan sebagai berikut:

1. Masih ada keterbatasan pada data penelitian terdahulu.
2. Kurangnya penjabaran hipotesis dalam tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.
3. Data yang perlu diolah secara berulang untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian, fenomena *Korean Wave* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dari produk Scarlett. Oleh karena itu, diharapkan Scarlett turut mendukung fenomena *Korean Wave* untuk lebih dikenal masyarakat dan juga menggunakan fenomena *Korean Wave* dalam mempromosikan produk.
2. Berdasarkan hasil penelitian, kerjasama antara EXO, TWICE dan Kim So Hyun sebagai *Brand Ambassador* Scarlett berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dari produk Scarlett. Diharapkan Scarlett dapat terus menjaga kerjasama dengan grup-grup besar sebagai *Brand Ambassador*, tetap menjaga kualitas produk untuk ramah lingkungan dan terus melakukan inovasi terhadap produknya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, *brand image* yang dimiliki oleh Scarlett harus lebih diperhatikan kembali serta harus diperbaiki dalam menyikapi kegiatan di depan publik dan juga Scarlett harus bisa lebih profesional sebagai *brand* besar untuk menjaga citra perusahaan.