BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Parsial
    a. Secara parsial variabel *brand ambassador* (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cosrx di Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji T variabel *brand ambassador* dimana nilai signifikansi sebesar 0,009 < 0,05 dan nilai T hitung 2,667> T tabel 1,99. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh produk cosrx dengan menjadikan Kim Soo-Hyun sebagai *brand ambassador* mampu memikat banyak konsumen untuk membeli produk Cosrx. Dengan citra yang positif yang dimilikinya, Kim Soo-Hyun mampu menjadi respresentasi produk Cosrx yang di *brand ambassadori*nya.
    b. Secara Parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Cosrx di |Banjarmasin dimana nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai T hitung sebesar 12,359 > 1,99. Kualitas produk mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini membuktikan bahwa cosrx mampu menciptakan produk yang membuat kosumennya merasa puas

dengan hasil yang diberikan oleh produk yang dipakainya tidak hanya sekedar klaim sebuah produk semata tetapi memang memberikan hasil yang nyata sesuai klaim produknya. Kualitas produk sendiri tidak hanya dari diukur dari hasilnya dan bahan yang terkandung didalamya tetapi juga mencakup kenyamanan saat memakainya, kemudahan dalam menggunakan produknya, ketahanannya dan tampilan produknya, dari itu semua sudah dipenuhi oleh Cosrx pada kualitas produknya sehingga mampu memikat hati konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk Cosrx.

c. Secara parsial variabel label halal (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Cosrx di Banjarmasin. hal ini dapat dilihat dari hasil uji T variabel label halal dimana nilai signifikansi label halal sebesar 0,432 > 0,05 dan nilai T hitung 0,790 < 1,99. Mungkin hal ini terjadi karena bahan-bahan yang digunakan cosrx alami sebagaian besar produknya berasal dari tumbuhan meskipun ada beberapa produknya yang menggunakan unsur hewani yaitu lendir siput dan propolis yang berasal dari lebah. Bahan-bahan tersebut suci dan halal digunakan. Oleh karena itu kemungkinan konsumen Cosrx yakin dengan kehalalan Cosrx karena bahannya meskipun tidak ada label halal tercantum di produknya

2. Secara Simultan

Secara simultan variabel brand ambassador (X1), kualitas produk (X2), dan Label Halal (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk kosmetik Korea di Banjarmasin. Hal tersebut dapat dilihat dari uji F di mana nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung sebesar 60,451 > F tabel 2,70

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

a. Di harapkan pengelolan Cosrx dalam memilih brand ambassador hendaknya memilih seleberiti yang selalu menjaga image dan citra positifnya agar memiliki kesan yang dihati konsumen dan juga agar mempertahankan seleberiti yang memeiliki daya tarik serta ahli dalam merespresentasi produk yang diklankannya

b. Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas produk diketahui memiliki pengaruh paling besar dan kuat terhadap keputusan pembelian maka dari itu disarankan pengelola Cosrx untuk mempertahankan dan mengembangkan kualitas produknya

c. Berdasarkan hasil penelitian label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian disarankan pengelola Cosrx Indonesia untuk mendaftarkan produk nya ke LPPOM MUI untuk mendapatkan sertifikat halal karena kualitas produk Cosrx sudah sangat bagus dengan kandungan bahan-bahan yang alami didalamnya tetapi alangkah lebih bagus lagi jika disertakan juga label halal pada

kemasan produknya supaya konsumen merasa aman dan terjamin dan tidak ragu akan kehalalanya, dan juga pencantuman label halal pada produk Cosrx kemungkinan dapat menarik pembeli lebih banyak lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Pada penelitian ini menunjukan bahwa label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain atau menambah variabel lainnya seperti harga, promosi, citra merek sebagai variabel independen untuk keputusan pembelian.

b. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah atau memasukan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian agar dapat menambah nilai koefisien determinasi secara signifikan

c. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dikembangkan lagi dengan menambah literatur mengenai hubungannya terhadap kajian islam sehingga pembahasanya lebih mendalam dan lengkap