

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini merupakan penguraian dari kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilaksanakan tentang hubungan Kredibilitas *Korean Star Brand Ambassador* dan Tingkat Kepercayaan Pada Akun Instagram @Azarinecosmeticofficial terhadap minat pembelian produk Azarine.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan hasil analisis sebelumnya oleh peneliti didapatkan hasil bahwa Kredibilitas *Korean Star Brand Ambassador* dan Tingkat Kepercayaan Pada Akun Instagram @Azarinecosmeticofficial dalam penelitian ini bisa menjelaskan factor- faktor yang mempengaruhi Minat Pembelian Produk Azarine sebesar sebesar 0,258 atau 25,8%. Jika kredibilitas *Korean Star Brand Ambassador* meningkat satu satuan maka Minat Pembelian Produk Azarine akan meningkat sebesar 0.471 atau 47.1%. Jika Tingkat Kepercayaan Pada Akun Instagram @Azarinecosmeticofficial meningkat satu satuan maka tingkat Minat Pembelian Produk Azarine akan meningkat sebesar 0.206 atau 20.6%. Nilai signifikansi menunjukkan angka sebesar 0.000 atau kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kredibilitas *Korean Star Brand Ambassador* (X1) dan Tingkat Kepercayaan Pada Akun Instagram @Azarinecosmeticofficial (X2) secara bersama-sama signifikan mempengaruhi Minat

Pembelian Produk Azarine, atau Ha diterima.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan, serta kesimpulan yang telah dijabarkan peneliti, maka peneliti memberikan saran yang nantinya akan menjadi bahanmasukan bagi pihak-pihak terkait berikut ini :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk memasukkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat pembelian, seperti harga

produk, kualitas layanan pelanggan, dan persepsi terhadap kemasan produk. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain metode kuantitatif, peneliti dapat menggunakan metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau focus group discussion (FGD) untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai persepsi konsumen terhadap brand ambassador dan akun Instagram merek. Pendekatan ini dapat mengungkapkan alasan di balik preferensi dan kepercayaan konsumen.

## 2. Bagi brand Azarine

Azarine perlu terus meningkatkan kualitas konten di akun Instagram mereka. Konten yang informatif, menarik secara visual, dan konsisten dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan konsumen. Menggunakan video tutorial, ulasan produk, dan testimoni pelanggan dapat membantu memperkuat citra positif merek.