

BAB V

PENUTUP

1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Hubungan Antara Popularitas Exo Terhadap Produk Skin Care *Nature Republic Aloe Vera* Dengan Keputusan Pembelian Oleh Komunitas Tari Purwokerto, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan Antara Popularitas Exo Terhadap Produk Skin Care *Nature Republic Aloe Vera*. Berdasarkan uji signifikansi parsial, diperoleh nilai thitung >ttabel dengan nilai signifikansinya 0,000. Selain itu, nilai koefisien regresi juga menunjukkan nilai positif, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan EXO sebagai brand ambassador oleh *Nature Republic* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya, setiap nilai Popularitas meningkat, maka nilai keputusan pembelian konsumen akan meningkat juga, begitu pula sebaliknya.
2. Dilihat dari nilai koefisien korelasinya, diketahui bahwa variabel Popularitas memiliki hubungan yang cukup erat dengan variabel keputusan pembelian dan melalui uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa bahwa penggunaan Popularitas mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 25,9%.

2 Saran

Setelah melakukan penelitian, pembahasan dan penarikan kesimpulan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Variabel popularitas dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang cukup erat dengan arah positif yang artinya semakin tinggi nilai brand ambassador maka akan semakin tinggi nilai keputusan pembelian, begitu pula sebaliknya. Maka dari itu, untuk pihak *Nature Republic*, diharapkan dapat terus mempertahankan atau memilih brand ambassador yang memiliki nilai yang tinggi. Nilai brand ambassador yang dimaksud adalah kualitas brand ambassador tersebut baik dari aspek visibility, credibility, attraction dan powernya. Selain itu, penting juga untuk memperhatikan kecocokan selebriti yang menjadi brand ambassador dengan produk yang diwakilkannya dan khalayak yang menjadi target pasarnya.
2. Pihak *Nature Republic* agar tidak hanya berfokus pada pemilihan brand ambassador, tetapi juga dapat dibarengi dengan penyampaian pesan promosi yang lebih menarik lagi. Dengan pemilihan brand ambassador yang tepat dan diikuti pesan promosi yang mneraik tentunya akan lebih mempersuasi calon

