

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka data disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Ambassador (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk lipstick Maybelline di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini terjadi karena responden yang memutuskan untuk membeli, tidak memperhatikan Brand Ambassador ITZY yang dipilih untuk mewakili produk lipstick Maybelline. Dikarenakan Brand Ambassador yang dipilih kurang dikenal oleh masyarakat, Sehingga tidak memikat hati konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand awareness (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk lipstick Maybelline di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini terjadi karena responden yang memutuskan untuk membeli lebih mengenal produk lipstick Maybelline khususnya di Kabupaten Sidoarjo.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut :

1. Produk lipstick Maybelline harus dapat memberikan kesan yang menarik dan meningkatkan brand ambasadornya, apabila perusahaan melakukan hal tersebut dengan baik maka hal ini akan menunjang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Produk lipstick Maybelline memiliki brand awareness yang baik. Hal ini, disebabkan adanya kesadaran diri dari konsumen lipstick Maybelline terhadap besarnya manfaat yang diperoleh. Oleh sebab itu produk lipstick Maybelline harus mempertahankan terutama pada brand awareness. Semakin baik brand awareness yang dilakukan oleh merek maybelline maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen.
3. Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel yang belum dtampilkan dalam penelitian ini.