

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel *Influencer marketing*, *Perceived quality*, dan *Fear of missing out* (FOMO) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Purchase Intention produk Mykonos pada Generasi Z di Kota Surabaya.
2. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. *Influencer marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Purchase Intention produk Mykonos pada Generasi Z di Kota Surabaya.
  - b. *Perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Purchase Intention produk Mykonos pada Generasi Z di Kota Surabaya.
  - c. *Fear of missing out* (FOMO) pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Purchase Intention produk Mykonos pada Generasi Z di Kota Surabaya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Mykonos

Bagi merek Mykonos sebagai objek penelitian, temuan studi ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang selama ini diterapkan telah berperan strategis dalam membentuk dan meningkatkan minat beli konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan disarankan untuk mempertahankan sekaligus mengoptimalkan strategi *influencer marketing*, khususnya dengan memilih figur influencer yang memiliki kredibilitas, daya tarik, serta kesesuaian dengan karakteristik target pasar. Selain itu, perusahaan juga perlu menjaga dan meningkatkan *Perceived quality* produk melalui konsistensi mutu, formulasi aroma, serta inovasi berkelanjutan. Kemudian, pemanfaatan pendekatan pemasaran yang mengandung unsur *fear of missing out* (FOMO), seperti peluncuran produk edisi terbatas atau promosi berbatas waktu, dapat terus dikembangkan sebagai upaya menciptakan urgensi dan minat beli terhadap produk parfum lokal Mykonos.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan empiris dalam mengkaji topik serupa. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengembangkan model konseptual dengan menambahkan variabel lain di luar penelitian ini, serta menerapkan metode analisis yang lebih beragam dan kompleks, sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih mendalam, komprehensif, dan adaptif terhadap dinamika industri produk *lifestyle* di masa mendatang.