

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu *review beauty vlogger*, *country of origin*, harga dan minat beli.

- 
1. *Review beauty vlogger* berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli kosmetik merek Focallure. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki persepsi yang baik terhadap *review beauty vlogger* maka akan semakin meningkatkan minat beli pada kosmetik merek Focallure.
 2. *Country of origin* berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli kosmetik merek Focallure. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang ditemui peneliti memiliki pandangan yang baik terhadap *country of origin* (negara asal), sehingga meningkatkan minat beli pada kosmetik merek Focallure.
 3. Harga berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli kosmetik merek Focallure. Hal ini menunjukkan bahwa respon yang ditemui peneliti memiliki pandangan terhadap harga dari kosmetik Focallure yang sangat baik sehingga meningkatkan minat beli pada kosmetik merek Focallure.

5.2 Implikasi Penelitian

Berikut merupakan implikasi penting dalam penelitian ini.

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terhadap minat beli. Dari

penelitian ini didapatkan hasil bahwa *review beauty vlogger*, *country of origin* dan harga memiliki pengaruh yang positif pada minat beli.

2. Bagi Praktisi

Bagi perusahaan-perusahaan kosmetik, penelitian ini dapat dijadikan salah satu pertimbangan dan sumber informasi untuk bahan evaluasi dalam meningkatkan minat beli generasi millennial pada kosmetik merek Focanor. Dengan meningkatnya pengguna internet saat ini khususnya di Indonesia serta perubahan sikap masyarakat sebelum melakukan pembelian, menyebabkan perusahaan-perusahaan kosmetik untuk mengubah media promosi, salah satunya melalui *beauty vlogger*. Ketika *review* dari *beauty vlogger* sudah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat maka akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk melakukan niat pembelian, oleh karena itu kepercayaan sangat diperlukan dan kejujuran dari *beauty vlogger* tersebut dalam melakukan *review* kosmetik terkait sehingga mereka yang menonton merasa tertarik untuk mencoba apa yang di *review* oleh *beauty vlogger* tersebut.

Selain itu perusahaan harus memberikan daya tarik tersendiri terhadap kosmetik tersebut, karena membeli kosmetik sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat apalagi pada generasi millennial. Disisi lain, label made-in dalam suatu produk salah satunya produk kosmetik juga berperan penting dalam mempengaruhi niat pembelian terhadap produk kosmetik bagi masyarakat. Karena semakin bagus image negara asal (*country of origin*) produk kosmetik maka semakin tinggi keinginan masyarakat untuk membeli kosmetik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki keterbatasan yang akan berpengaruh terhadap hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat lebih

memperhatikan keterbatasan-keterbatasan yang ada agar mampu memberikan hasil yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari empat variabel yaitu; *review beauty vlogger*, *country of origin*, dan harga pada minat beli kosmetik merek Focallure.

Sedangkan masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli yang belum dibahas dalam penelitian ini.

2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak 40 orang responden, sehingga belum menggambarkan keseluruhan generasi millennial di kota Padang.

3. Objek yang diteliti hanya salah satu dari banyaknya negara asal produk kosmetik yang beredar di Indonesia yaitu kosmetik asal China.

4. Hanya menggunakan salah satu merek kosmetik asal China dari banyaknya merek termasuk kosmetik palsu yang beredar di Indonesia.

5.4 Saran

Berikut adalah saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel yang dapat mempengaruhi minat beli yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya untuk mengganti sampel atau menambah jumlah sampel yang menjadi responden sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan pengujian pada objek yang berbeda.



Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya, sebagai tinjauan pustaka serta sumber referensi bagi peneliti yang berminat untuk membahas *review beauty vlogger*, *country of origin*, dan harga pada minat beli kosmetik merek Focallure.

