

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador Idol Korea terhadap minat beli produk skincare pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, variabel Korean Wave berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk skincare bercitra Korea pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi ketertarikan mahasiswa terhadap budaya Korea seperti K-Pop, K-Drama, maupun tren kecantikan Korea, maka semakin meningkat pula minat mereka untuk membeli produk skincare yang memiliki citra Korea.
2. Secara parsial, variabel Brand Ambassador Idol Korea juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk skincare pada mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Selain itu, variabel Brand Ambassador memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Korean Wave. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan idol Korea sebagai brand ambassador mampu meningkatkan kepercayaan, daya tarik, serta membangun kedekatan emosional konsumen terhadap produk skincare yang dipromosikan.
3. Secara simultan, variabel Korean Wave dan Brand Ambassador Idol Korea berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk skincare pada

4. mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan konsumen dalam menumbuhkan minat untuk membeli produk skincare bercitra Korea.
5. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,574 yang menunjukkan bahwa variabel Korean Wave dan Brand Ambassador Idol Korea mampu menjelaskan variasi minat beli sebesar 57,4%, sedangkan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

6. Bagi Perusahaan Skincare
 - Perusahaan disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan idol Korea sebagai brand ambassador karena terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa atau generasi muda. Pemilihan brand ambassador yang memiliki citra positif dan popularitas tinggi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.
 - Perusahaan juga dapat memanfaatkan fenomena Korean Wave sebagai strategi pemasaran dengan menghadirkan konsep promosi yang mengikuti tren budaya Korea, terutama melalui media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa.

7. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi minat beli konsumen, seperti harga, kualitas produk, citra merek, maupun electronic word of mouth (e-WOM), mengingat masih terdapat faktor lain di luar penelitian ini yang memengaruhi minat beli sebesar 42,6%.
- Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jumlah dan cakupan responden, tidak hanya terbatas pada satu program studi atau satu universitas saja, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perilaku konsumen terhadap produk skincare.