

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Brand Ambassador* Hearts2Hearts dan komunikasi persuasif *Beauty Advisor* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Barenbliss pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Brand Ambassador* Hearts2Hearts berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu angkatan 2022-2024.
2. Komunikasi persuasif *Beauty Advisor* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu angkatan 2022-2024.
3. *Brand Ambassador* dan komunikasi persuasif *Beauty Advisor* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Bengkulu angkatan 2022-2024.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Barenbliss, perusahaan perlu memilih *Brand Ambassador* yang lebih mampu memberikan rekomendasi kepada konsumen.
2. Perusahaan perlu memberikan pelatihan keterampilan komunikasi, pemahaman produk, dan pelayanan konsumen agar *Beauty Advisor* lebih efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti *Brand Ambassador* dari artis yang berbeda dan brand image guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.