

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Laki-laki terhadap Minat Beli Produk Kecantikan di gerai Sephora, Central Park dengan dimediasi Persepsi Konsumen, dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Laki-laki memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli sebesar 0.379. Berdasarkan pembahasan, hal tersebut dapat diartikan bahwa gaya bicara, kesamaan ketertarikan, dan penampilan *beauty advisor* laki-laki sudah mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli kecantikan.
- 2) Persepsi Konsumen memiliki kemampuan mediasi parsial sebesar 41% terhadap hubungan Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Laki-laki dan Minat Beli. Hal ini berarti, terdapat 59% faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini, di luar persepsi konsumen yang mampu menjadi mediator.
- 3) Semakin baik penerimaan konsumen terhadap komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *beauty advisor* laki-laki, maka akan terbentuk persepsi konsumen yang positif, sehingga mampu mempengaruhi minat beli kosmetik konsumen.

4.2 Saran

4.2.1 Saran Akademik

Peneliti berharap bahwa penelitian selanjutnya dapat mencari konsep, variabel mediasi lain, selain persepsi konsumen yang dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan. Kemudian diharapkan dapat memperdalam atau mengembangkan faktor lain yang dapat menjadi indikator dalam komunikasi persuasif *beauty advisor*, seperti citra dan kredibilitas merek. Lebih lanjut, peneliti juga berharap penelitian selanjutnya dapat memisahkan responden berdasarkan jenis kelamin agar dapat memperdalam hasil temuan. Serta menggunakan faktor *level of interaction* pada responden kuesioner dan

menggunakan prosedur *sampling* secara langsung di gerai kosmetik.

4.2.2 Saran Praktis

Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *beauty advisor* laki-laki di Sephora, Central Park dapat berpengaruh untuk meningkatkan rasa minat beli konsumen. Namun, untuk dapat meningkatkan minat beli tersebut pada produk kecantikan dibutuhkan persepsi konsumen yang baik terhadap penerimaan pesan persuasif yang dilakukan oleh *beauty advisor* laki-laki. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian *beauty advisor* laki-laki disarankan untuk berpenampilan dan bergaya bicara menarik, sesuai profesi di industri kecantikan agar membuat konsumen tertarik dan fokus.

