

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 25 mengenai “ Pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian scarlett ” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *celebrity endorser* dan *brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan *celebrity endorser* dan *brand image* dapat mempengaruhi naik turunnya keputusan pembelian konsumen.
2. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan pemanfaatan *celebrity endorser* sebagai sarana komunikasi produk dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan *brand image* yang baik sebagai sebuah representasi, nilai – nilai, karakteristik dan identitas merek yang sangat membedakan diri dari pesaing, membangun kepercayaan konsumen dan membentuk hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan mendatang. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden pengguna Scarlett pada masyarakat di kabupaten Kuningan, pertanyaan pada variabel *celebrity endorser* indikator *trustworthiness* ( kepercayaan ) merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu saran peneliti perusahaan harus mempertimbangkan dalam memilih artis atau aktor yang akan menjadi *celebrity endorser* produk, apakah artis tersebut cocok untuk produk tersebut dan apakah artis tersebut memahami atau mempunyai pengetahuan yang luas tentang scarlett hal tersebut harus ditingkatkan guna membuat konsumen percaya pada produk scarlett
2. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden pengguna Scarlett pada masyarakat di kabupaten Kuningan, pertanyaan pada variabel *brand image* indikator *image corporate* ( *image* perusahaan ) merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu saran peneliti untuk perusahaan harus evaluasi penyebab rendahnya *image* perusahaan serta tingkatan kualitas produk dan layanan
3. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden pengguna Scarlett pada masyarakat di kabupaten Kuningan, pernyataan pada variabel keputusan pembelian indikator pengenalan kebutuhan merupakan indikator dengan skor terendah. untuk itu saran peneliti untuk perusahaan yaitu membuat promosi atau sebuah iklan yang mendeskripsikan pentingnya mengatasi masalah pada kulit dan memberikan solusi dengan produk - produk Scarlett yang tepat.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya sebatas meneliti variabel terkait *celebrity endorser* dan *brand image* yang dapat ditambah atau diperluas kembali dengan variabel - variabel bebas lainya seperti sosial media, *online customer review* dan lain lainya. Selain variabel peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek lainya seperti produk makanan, minuman, dan lainnnya. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.