

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kredibilitas *celebrity endorser*, *viral marketing*, dan keputusan pembelian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kredibilitas *Celebrity endorser* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *dessert box* Bittersweet by Najla, di mana kredibilitas *celebrity endorser* ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen dibandingkan dengan *viral marketing*
2. *Viral marketing* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *dessert box* Bittersweet by Najla.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Dari penelitian ini terbukti jika kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti menyarankan untuk tidak sembarangan memilih *celebrity endorser* yang akan digunakan jasanya dalam beriklan. Karena pemilihan *celebrity endorser* sangat berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Justru sebaliknya, pilihlah *celebrity endorser* yang sesuai dengan image dan cara *branding* Bittersweet by Najla dilihat dari



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

unsur *trustworthiness* (kejujuran), *attractiveness* (daya tarik), dan *expertise* (keahlian) yang dimana *celebrity endorser* yang dipilih harus memiliki kejujuran dalam melakukan *review* produk *dessert box* Bittersweet by Najla dan memiliki keahlian serta daya tarik tersendiri untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk *dessert box* Bittersweet by Najla.

b. Dari penelitian ini terbukti jika *viral marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti menyarankan agar perusahaan dapat lebih kreatif lagi dalam melakukan teknik *viral marketing* supaya konsumen dapat dengan mudah mengingat produk *dessert box* merek Bittersweet by Najla.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat..

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.