



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KIS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis tentang pengaruh *celebrity endorser* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk Erigo, maka simpulan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Hal ini menunjukkan bahwa, pemilihan Arief Muhammad sebagai *celebrity endorser* dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk Erigo.
2. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Erigo. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin kuat komunikasi sosial secara elektronik maka akan membuat keputusan pembelian produk Erigo juga meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka beberapa saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Erigo

- a. Erigo sebaiknya dapat mempertahankan dan meningkatkan daya tarik *celebrity endorser* nya, karena itu bisa berdampak pada ketertarikan konsumen terhadap produk Erigo, yang akan meningkatkan penjualan produk Erigo. Adapun hal

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.



yang dapat dilakukan oleh *celebrity endorser* adalah dengan mencoba gaya potongan rambut baru untuk menarik kembali perhatian konsumen.

- C** Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- b. Erigo sebaiknya bisa meningkatkan penggunaan *electronic word of mouth*, di mana pertukaran informasi sesama pengguna produk masih kurang baik. Hal yang dapat dilakukan oleh Erigo, yaitu dengan membuat *web* khusus resmi Erigo yang hanya untuk pertukaran informasi, di mana konsumen bisa memberikan komentar mengenai produk yang telah dibeli dan menanyakan informasi kepada sesama konsumen produk Erigo.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini lebih jauh lagi dengan menambahkan variabel – variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, misalnya *brand image*, promosi, *online customer rating*, dan variabel lain yang berkaitan dengan penelitian sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih lengkap.

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.