



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil studi yang telah dijalankan oleh peneliti tentang pengaruh kredibilitas *celebrity endorsement* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian. Dengan karakteristik responden yang didominasi oleh perempuan dengan rentang usia mulai dari 17 sampai dengan 45 tahun dan sebagian besar dari mereka berstatus sebagai karyawan. Dari hasil penelitian yang didapatkan maka terdapat kesimpulan yang bisa diperoleh peneliti, yakni sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data pada bab sebelumnya, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk skincare Scarlett Whitening. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin semakin kredibel *celebrity endorsement* dalam memilih seorang *celebrity endorser* maka semakin besar pengaruh yang diberikan pada keputusan pembelian konsumen.
2. *Brand Loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk skincare Scarlett Whitening. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya loyalitas yang dimiliki oleh konsumen terhadap satu brand atau merek maka semakin besar pengaruhnya terhadap pembelian ulang suatu produk, bahkan konsumen cenderung akan menganjurkan ke orang-orang terdekatnya untuk membeli produk yang sama.



B. Saran

Saran memiliki peran krusial dalam meningkatkan kualitas bagi semua pihak yang berhubungan dengan studi ini. Berikut beberapa saran yang peneliti berikan dalam penelitian ini:

1. Bagi Perusahaan

- Berdasarkan hasil dari studi ini terbukti jika kegiatan *celebrity endorsement* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karna itu pemilihan seorang *celebrity endorser* dalam kegiatan *celebrity endorsement* sangat penting karna kegiatan *celebrity endorsement* berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian konsumen.
- Berdasarkan hasil dari studi ini terbukti jika kegiatan *brand loyalty* berpengaruh positif serta signifikan pada keputusan pembelian, oleh karna itu Perusahaan perlu meningkatkan kerjasama dengan banyak *celebrity public figure* dan konsisten dalam menjalankan suatu bisnis untuk meingkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau merek.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya keterbatasan pada studi ini, maka besar harapan untuk peneliti selanjutnya supaya bisa melanjutkan penelitian ini dengan memperluas variabel-variabel atau memilih objek penelitian yang berbeda dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.