



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



A. Simpulan

Simpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data dari pengaruh *celebrity endorser* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Zalora Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penggunaan *celebrity endorser* yang tepat maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Zalora Indonesia.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin baik *brand image* Zalora Indonesia di mata konsumen maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Zalora Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini, saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Zalora Indonesia
 - a. Zalora Indonesia diharapkan dapat meningkatkan penggunaan *celebrity endorser* sebagai perantara informasi tentang produk-produk yang dijual oleh Zalora serta penyebaran promosi-promosi yang sedang berlangsung. Sehingga

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.



dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat akan Zalora dan dapat menimbulkan keputusan pembelian terhadap produk.

- b. Zalora Indonesia diharapkan dapat memberikan harga yang lebih bersaing dibandingkan toko lainnya agar Zalora dapat selalu menjadi pilihan konsumen dalam berbelanja.
- c. Zalora Indonesia diharapkan dapat menawarkan produk untuk kebutuhan sehari-hari yang lebih bervariasi, agar konsumen dapat memiliki banyak opsi.
- d. Zalora Indonesia perlu lebih memperkenalkan tentang keunikan yang dimiliki dibandingkan pesaing lainnya. Sehingga dapat meningkatkan keinginan masyarakat untuk lebih memilih Zalora Indonesia untuk berbelanja.
- e. Zalora Indonesia disarankan untuk mengutamakan dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen, agar konsumen dapat terus melakukan pembelian di Zalora Indonesia.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan dan mengingat adanya keterbatasan dalam penelitian ini diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada di dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah *Celebrity Endorser*, *Brand Image* dan keputusan pembelian. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan keputusan pembelian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel lain seperti kualitas layanan, kualitas produk, persepsi harga, dan lain-lain agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.