

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam penelitian ini, maka dapat ditarik simpulan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yakni daya tarik, kredibilitas dan karisma *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian shampoo Pantene. Hal ini terlihat dari hasil regresi yang menerangkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan.

1. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,018 + 0,111 X_1 + 0,202 X_2 + 1,119 X_3$$

2. Daya tarik *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai signifikan 0,031 yang berarti  $>0,05$ . Artinya,  $H_1$  dalam penelitian ini dapat diterima.
3. Kredibilitas *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai signifikan 0,025 yang berarti  $>0,05$ . Artinya,  $H_2$  dalam penelitian ini dapat diterima.

4. Karisma *celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembeli. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai signifikan 0,000 yang berarti  $>0,05$ . Artinya,  $H_3$  dalam penelitian ini dapat diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran- saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

### **1. Saran Untuk Perusahaan**

- a. Mengingat persaingan dalam bisnis produk perawatan rambut khususnya shampo semakin ketat bagi perusahaan disarankan untuk melakukan peningkatan inovasi dalam mencitrakan produk- produk unggulan yang membantu mengatasi masalah pada kulit kepala dan rambut yang dilakukan secara terus menerus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan melakukan kegiatan kegiatan promosi yang berupa pemberian hadiah langsung, potongan harga, serta isi ekstra agar minat konsumen semakin tinggi dan tertarik untuk membeli.
- c. Dalam promo melalui iklan sebaiknya perusahaan menggunakan *celebrity endorser* yang memiliki wawasan yang cukup luas mengenai produk yang akan diiklankan, sehingga dalam membawakan produk dalam periklanan dapat meyakinkan dan menambah kepercayaan pada produk, yang pada akhirnya mampu menarik minat beli konsumen.

- d. Tingkat kepercayaan pada konsumen dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan konsumen telah mempunyai persepsi positif pada suatu produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Maka shampo Pantene harus memberikan kualitas terbaik pada produk dan tetap menjaga citra yang baik dimata konsumen agar mereka percaya bahwa shampo Pantene tidak akan mengecewakan, sehingga konsumen akan tetap loyal terhadap produk.

## **2. Saran Untuk Penelitian Mendatang**

- a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor- faktor selain daya tarik, kredibilitas, dan karisma celebrity endorser terhadap keputusan pembelian shampo Pantene. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini ketiga variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 83 persen variasi keputusan pembelian. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.
- b. Untuk penelitian yang akan datang, disarankan untuk meneliti produk shampo dengan merek- merek lainnya yang mungkin mengalami permasalahan yang serupa dengan produk shampo Pantene. Dengan mengambil contoh produk atau merek lain maka permasalahan yang dialami dalam pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan karisma celebrity endorser terhadap keputusan pembelian tersebut tentu juga berbeda. Hal ini dapat dijadikan pembanding sekaligus melengkapi penelitian ini.

- c. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan karisma endorser terhadap keputusan pembelian.
- d. Dalam penelitian mendatang diharapkan untuk mengevaluasi secara periodik terhadap image endorser iklan shampo Pantene sehingga mendapatkan hasil apakah endorser perlu dipertahankan atau harus memilih endorser yang baru sesuai dengan trend yang sedang berkembang dengan cara memonitor kehidupan pribadinya apakah masih diminati oleh konsumen atau tidak, sehingga konsumen tidak bosan dengan tokoh iklan yang ada.