

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

H1: *Celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.20 nilai $t_{hitung} 3,424 > 1,977 (t_{tabel})$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ membuktikan variabel *celebrity endorser* secara parsial berpengaruh parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

H2: *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 nilai $t_{hitung} 8,053 > 1,977 (t_{tabel})$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ membuktikan variabel *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. *Celebrity endorser* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

H3: *Celebrity endorser* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai $f_{hitung} 113,778 > 3,06 (f_{tabel})$, nilai signifikansi diperoleh $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa *celebrity endorser* dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian shampo Pantene di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Investor
 - a. Perusahaan disarankan untuk tetap memperhatikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap *celebrity* dalam menyampaikan iklan shampo Pantene. Untuk menambah kepercayaan konsumen misalnya dengan meningkatkan penggunaan *celebrity* yang memiliki kredibilitas dan popularitas yang tinggi serta disukai oleh banyak konsumen, sehingga nantinya akan membentuk citra yang baik di benak konsumen terhadap produk dan melakukan keputusan pembelian.
 - b. Perusahaan diharapkan dapat terus berinovasi dalam menciptakan varian baru dan menjaga kualitas produk shampo Pantene untuk mempertahankan citra merek, karena komponen tersebut menjadi salah satu patokan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.
- b. Peneliti berikutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *celebrity endorser* dan *brand image* serta menggunakan indikator lainnya.