

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menurut temuan studi yang dilakukan di Kecamatan Sagulung dan Kecamatan Batu Aji, Kota Batam, penelitian yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Celebrity endorser*, *Brand image* dan *Perceived quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow di Kota Batam”, dijelaskan sebagai berikut:

1. Kredibilitas *Celebrity endorser* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk MS Glow di Kota Batam.
2. *Brand image* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk MS Glow di Kota Batam.
3. *Perceived quality* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk MS Glow di Kota Batam.
4. Kredibilitas *Celebrity endorser* (X1), *Brand image* (X2), dan *Perceived quality* (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk MS Glow di Kota Batam

5.2 Saran

Dari kesimpulan tersebut, peneliti menyarankan beberapa hal:

1. Kredibilitas *Celebrity endorser*, *Brand image* dan *Perceived quality* mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 77,9%, sedangkan variabel lain yang tak disebutkan dalam penelitian ini sebesar 22,1%. Diharapkan bahwa

variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian akan diteliti dalam penelitian yang akan datang. Untuk mengetahui cara terbaik untuk menggunakan *endorsement* selebriti untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya tarik produk, penelitian lebih lanjut harus dilakukan mengenai pengaruh kredibilitas *endorser* selebriti terhadap preferensi pembelian produk MS Glow oleh generasi milenial.

2. MS Glow diharapkan dapat terus memberikan pelayanan yang baik dan mempertahankan kualitas produk, sehingga pelanggan memiliki pemahaman yang baik tentang produk MS Glow. Ini akan meningkatkan keputusan pembelian