

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Judul penelitian ini adalah Analisis Pengaruh *Celebrity Endorsement* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Lokal (Studi Kasus Erigo). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dengan ringkasan sebagai berikut:

1. Temuan hipotesis pertama menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh signifikan dan berhubungan cukup kuat terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, *celebrity endorsement* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sehingga semakin baik kriteria *celebrity endorsement*, maka semakin banyak konsumen yang akan melakukan keputusan pembelian terhadap produk Erigo. Oleh karena itu, Erigo harus dapat memastikan dan menyesuaikan standar atau kriteria *celebrity* untuk mendapatkan perhatian konsumen. Hal ini akan memungkinkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian.
2. Temuan hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan berhubungan kuat dengan keputusan pembelian. Dengan demikian kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat dijelaskan bahwa jika kualitas produk baik maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat. Oleh karena itu, kualitas produk Erigo harus terus dijaga kualitasnya.
3. Temuan hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh signifikan dan berhubungan cukup kuat terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, nilai kualitas produk mengarah pada hubungan yang positif, sehingga dapat dijelaskan bahwa semakin baik kriteria *celebrity endorsement* dan kualitas produk Erigo maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

## 5.2 Saran

Dengan ini peneliti bermaksud mengajukan saran dapat dijadikan bahan pertimbangan serta sumber ide untuk pengembangan penelitian di masa mendatang:

1. Untuk mensukseskan strategi promosi dengan menggunakan *celebrity endorser*, maka Erigo perlu meninjau secara detail *endorser* yang bersangkutan dari berbagai dimensi khususnya karakteristik, kredibilitas, daya tarik dan kesesuaian dengan produk Erigo agar dapat menarik perhatian konsumen sehingga mampu mendorong keputusan pembelian konsumen.
2. Dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Erigo perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk secara terus-menerus.
3. Jika terdapat peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang, diharapkan dapat mengembangkan model dengan menggunakan variabel bebas yang berbeda agar dapat mengetahui aspek lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.