

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis pada penelitian ini mendapatkan hasil dan dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Azarine.
2. *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* Produk *Skincare* Azarine.
3. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Azarine.
4. *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image* Produk *Skincare* Azarine.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Dengan penggunaan *Celebrity Endorser* pada *brand* Azarine untuk mampu memilih seorang selebriti yang memiliki karakteristik, kredibilitas produk *skincare* Azarine dan popularitas yang baik dikalangan konsumen, sehingga dapat membentuk citra yang baik di benak konsumen dan mendorong konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama untuk melakukan keputusan pembelian *skincare* Azarine. Pihak Azarine agar selalu melakukan inovasi baru terhadap produk yang akan ditawarkan hingga dapat meningkatkan *Brand Image*.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini, dengan menambahkan variabel lainnya untuk diteliti seperti kualitas produk, harga produk dan lain-lain sehingga dapat mengetahui aspek lainnya yang mempengaruhi dalam melakukan keputusan pembelian.