

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan rumusan masalah yang diidentifikasi sebagai pedoman penelitian dan hasil analisis serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil Deskriptif Variabel *Celebrity Endorser* menunjukkan bahwa penggunaan *Celebrity Endorser* dalam mempromosikan produk Pixy berada pada kategori berpengaruh dan berdasarkan hasil kuesioner, Citra yang baik pada *Celebrity Endorser* itu sangat penting dalam mempromosikan produk.
2. Hasil Deskriptif Variabel Citra Merek menunjukkan bahwa kualitas produk membuat citra perusahaan baik, berdasarkan hasil kuesioner Citra Merek berada pada kategori kuat karena dalam penggunaan produk Pixy responden merasa cocok.
3. Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian berada pada kategori cukup tinggi hal tersebut di jelaskan pada jawaban kuesioner mayoritas responden menjawab jenis pilihan produk yang ditawarkan oleh produk Pixy membuat responden memutuskan pembelian.
4. Variabel hubungan *Celebrity Endorser* dengan Citra Merek memiliki korelasi yang kuat. Hal tersebut dapat di artikan bahwa penggunaan *Celebrity Endorser* sudah mampu membuat citra perusahaan menjadi lebih dikenal.
5. Variabel *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen berpengaruh produk Pixy. Hal tersebut dapat diartikan bahwa penggunaan *Celebrity Endorser* dalam mempromosikan produk yang dipakai oleh produk Pixy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dirasakan oleh konsumen produk Pixy

6. Variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang berarti berpengaruh pada produk Pixy. Hal tersebut dapat diartikan citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk Pixy yang baik dapat meningkatkan Keputusan konsumen untuk melakukan Pembelian
7. Variabel *Celebrity Endorser* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek menunjukkan hasil bahwa *Celebrity Endorser* dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## 1.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap variabel *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Keputusan Pembelian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain, sebagai berikut:

1. Penggunaan *Celebrity Endorser* lebih sering ke beberapa bintang iklan yang ada di Instagram agar produk Pixy lebih dikenal lagi secara luas.
2. Melakukan pembaruan pada produk Pixy seperti logo, produk, kualitas secara meningkat agar Citra Merek perusahaan lebih baik lagi
3. Faktor-faktor dalam memutuskan pembelian ada berbagai macam, maka perusahaan harus mampu memenuhi karakter yang ada pada dalam Keputusan pembelian
4. Penggunaan *Celebrity Endorser* yang disukai banyak konsumen menjadi salah satu faktor untuk menyeleksi dalam mempromosikan produk dan membentuk citra yang baik dibenak konsumen serta meningkatkan citra perusahaan
5. Diharapkan pihak perusahaan Pixy dapat mempertahankan serta meningkatkan iklan dengan penggunaan *Celebrity Endorser*, karna Penggunaan *Celebrity Endorser* yang populer, memiliki daya tarik fisik menarik, kredibilitas baik serta konten dalam mempromosikan iklan yang menarik akan berdampak pada Keputusan Pembelian.
6. Diharapkan pihak perusahaan Pixy mempertahankan serta meningkatkan Citra yang lebih baik lagi seperti halnya mengeluarkan produk-produk yang sedang *trend* tidak luput menjaga konstitusi kualitas produk

7. Diharapkan perusahaan Pixy meningkatkan strategi promosi agar konsumen menggunakan produk Pixy dengan waktu jangka panjang dan mempromosikan produk secara gencar dan menarik agar konsumen memutuskan pembelian produk Pixy.

