

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian pada 97 responden pengguna *hand and body lotion* Citra di Kota Semarang mengenai pengaruh *Celebrity endorser* dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk *hand and body lotion* Citra di Kota Semarang, dengan rincian kesimpulan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif signifikan pada keputusan pembelian *hand and body lotion* Citra di Kota Semarang. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi responden menyebutkan bahwa *celebrity endorser* dikatakan cukup kuat. Produk *hand and body lotion* Citra dinyatakan baik dari penampilan fisik, sikap *celebrity endorser*, pemberian inspirasi pada konsumen dan pengetahuan mengenai produk yang dimiliki. Hanya saja konsumen masih memiliki nilai yang rendah pada tingkat kepercayaan pada informasi yang disampaikan *celebrity endorser* dikarenakan konsumen beranggapan bahwa review yang disampaikan berlebihan dikarenakan selebriti yang dibayar.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Citra. berdasarkan hasil koefisien memperoleh hasil kategori kuat. Responden menyatakan bahwa persepsi harga pada produk *hand and body lotion* Citra lebih murah dibandingkan merek lain pesaing. Hanya saja masih kurang kesesuaian antara harga dengan kualitas dan manfaat produk. Kesesuaian harga dengan kualitas dan

manfaat produk dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli atau tidak pada produk

3. *Celebrity endorser* dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik tingkat kualitas *celebrity endorser* yang dimiliki semakin konsumen terpengaruh untuk membeli. Harga produk yang dianggap murah dibandingkan pesaing dapat mendorong keputusan pembelian yang tinggi bagi konsumen produk *hand and body lotion* Citra. Variabel yang memiliki lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel persepsi harga dibandingkan variabel *celebrity endorser* dikarenakan konsumen sensitive terhadap harga yang ditawarkan.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan pada penelitian dapat diajukan beberapa saran yang dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk *hand and body lotion* Citra dimasa yang akan datang. Saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Pada variabel *celebrity endorser* masih terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki. Hal ini membutuhkan peran perusahaan untuk meningkatkan kualitas promosi menggunakan *celebrity endorser*. Pemilihan *celebrity endorser* hendaknya memiliki kualitas *celebrity endorser* yang memberikan informasi secara jujur untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap informasi yang disampaikan, kehandalan *celebrity endorser* dalam menggunakan produk *hand and body lotion* Citra, dan menggunakan *celebrity endorser* yang berpengalaman dalam mempromosikan produk *hand and body lotion* Citra.

2. Variabel persepsi harga terdapat beberapa hal yang perlu diperbaiki diantaranya adalah penyesuaian antara harga yang ditawarkan dengan kualitas dan manfaat produk hand and body lotion Citra. Meningkatkan produk yang tidak lengket, mudah menyerap, dan mudah diaplikasikan dapat menarik konsumen untuk membeli produk. Apabila hal ini tercipta maka konsumen akan mendapatkan harga produk yang murah dengan kualitas dan manfaat yang diinginkan konsumen. Selain itu juga dapat memberikan program kesetiaan konsumen dengan memberikan *buy 2 get 1*.