

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan dengan topik yang dibahas mengenai pengaruh *celebrity endorser*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan kategorisasi *celebrity endorser* dapat disimpulkan bahwa responden mengkategorikan variabel *celebrity endorser* sebagai variabel yang baik. Variabel *celebrity endorser* dikategorikan baik karena *endorser* tersebut dapat dipercaya dalam memberikan informasi mengenai produk, *endorser* handal dalam menggunakan produk saat melakukan promosi, serta penampilan fisik dari *endorser* sangat menarik pada iklan yang ditampilkannya.
2. Berdasarkan kategorisasi dari variabel *brand image*, variabel ini berada pada kategori baik. *Brand image* memperoleh kategori baik dikarenakan produk marina *hand and body lotion* memiliki harga yang sangat terjangkau apabila dibandingkan dengan produk yang sejenisnya, komposisi yang terkandung didalam produk berkualitas, dan variasi produk yang dimiliki marina sangat beragam.
3. Berdasarkan kategorisasi dari variabel kualitas produk disimpulkan berada pada kategori cukup baik. Kualitas produk berada pada kategori cukup baik karena responden merasa bahwa produk marina tidak menimbulkan efek samping saat digunakan, kemampuan marina dalam mencerahkan kulit tubuh

saat diaplikasikan ke kulit tubuh, dan kemudahan memperoleh produk di pasaran.

4. Variabel keputusan pembelian berada pada kategorisasi baik. keputusan pembelian berada pada kategori baik karena menurut responden sebelum melakukan keputusan pembelian mereka memantapkan untuk mempertimbangkan informasinya dan memantapkan membeli karena produk paling diincar karena kecocokannya.
5. Berdasarkan hasil pengujian, variabel *celebrity endorser* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Marina *Hand and Body Lotion*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan *celebrity endorser* tersebut maka akan semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen.
6. Berdasarkan hasil pengujian, variabel *brand image* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Marina *Hand and Body Lotion*. Semakin baik *brand image* yang dimiliki Marina *Hand and Body Lotion* maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.
7. Variabel kualitas produk (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang dimiliki Marina *Hand and Body Lotion* maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen terhadap produk.
8. Variabel *celebrity endorser* (X1), *brand image* (X2), dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan

pembelian (Y). Hal ini berarti semakin baik variabel *celebrity endorser*, *brand image*, dan kualitas produk maka keputusan pembelian terhadap *Marina Hand and Body Lotion* juga akan semakin tinggi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran untuk perusahaan yang dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan keputusan pembelian produk *Marina Hand and Body Lotion*, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian masih terdapat beberapa item pertanyaan pada variabel *celebrity endorser* yang memiliki nilai di bawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan pertama mengenai keterampilan yang dimiliki Mawar Eva De Jongh dan Alyssa Daguisse dalam mempromosikan produk marina, perusahaan harus memilih *endorser* yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik, interaktif dengan audiensnya, dan kreatif dalam mempromosikan produk yang dipromosikannya agar saat *endorser* mempromosikan produknya terlihat berpengalaman, nyaman, dan dapat dipercaya oleh audiens yang melihatnya. Item pertanyaan kedua mengenai pengetahuan yang dimiliki *endorser* mengenai produk marina perusahaan harus memilih *endorser* yang paham mengenai produk yang dipromosikannya agar dalam menyampaikan informasi mengenai produk kepada audiens dapat dipercaya, *endorser* harus memahami mengenai bagaimana kandungan yang ada pada produk, bagaimana cara penggunaannya, dan lain-lain. Kemudian pada item pertanyaan ketiga mengenai gaya bicara *endorser* saat mempromosikan marina, perusahaan dapat menggunakan *celebrity endorser* yang lebih persuasif dalam mempengaruhi

konsumen untuk melakukan pembelian marina *hand and body lotion*, sehingga nantinya akan membentuk citra yang lebih baik di benak konsumen terhadap produk marina dan melakukan keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil dari penelitian variabel *brand image* masih memiliki item pertanyaan yang berada di bawah rata-rata yaitu pada ciri khas yang dimiliki Marina *hand and body lotion*, perusahaan perlu untuk meningkatkan ciri khas produk dari Marina *hand and body lotion* dengan memperkuat identitas produk, hal tersebut dilakukan untuk membuat sebuah produk memiliki nilai yang akan menjadikan sebuah produk bisa berbeda dengan produk dari perusahaan lainnya. Pada item pertanyaan kedua yaitu kemudahan dalam mengenali logo dan warna dari Marina *hand and body lotion* perusahaan harus membuat desain logo yang lebih simple dan modern seperti desainnya yang sederhana tanpa banyak detail agar mudah diingat oleh konsumen, kemudian perusahaan dapat menggunakan *font* yang mudah untuk dibaca dan memiliki karakteristik yang unik serta menggunakan warna yang mencolok agar mudah dikenali oleh konsumen. Kemudian pada item pertanyaan ketiga yaitu tingkat popularitas marina di indonesia, perusahaan harus memaksimalkan penggunaan media sosial yang dimiliki perusahaan yaitu dilakukan dengan membuat konten-konten yang menarik di platform media sosialnya seperti membuat *reels* Instagram, membuat *insta story*, dan memaksimalkan penggunaan iklan di media sosial agar jangkauan yang didapatkan semakin luas dan produk semakin dikenali oleh masyarakat luas.

3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas produk masih terdapat beberapa item pertanyaan yang nilainya di bawah rata-rata yaitu pada item pertanyaan pertama mengenai kinerja Marina *hand and body lotion* dalam merawat kulit, perusahaan dapat mempertimbangkan formulasi bahan yang digunakan agar kinerja dari *lotion* baik dan memberikan efek yang bagus ketika diaplikasikan kekulit yaitu dengan menambahkan kandungan vitamin E dan C, dan produk ber SPF. Item pertanyaan kedua mengenai kesesuaian produk dalam mengatasi permasalahan kulit, perusahaan dapat menciptakan *lotion* yang memiliki berbagai macam jenis variasi untuk mengatasi berbagai macam permasalahan kulit misalnya dengan membuat *body serum*, *scrub*, dan lain-lain. Item pertanyaan ketiga mengenai kemampuan dalam menjaga tidak adanya perubahan pada produknya (tekstur, warna, dan bau) perusahaan harus memperhatikan kemasannya yang dapat menjaga kualitas yaitu menggunakan kemasan yang melindungi produk dari kontaminasi zat berbahaya seperti botol dengan pompa atau *tube* yang mencegah kontak langsung dengan tangan. Item pertanyaan ke empat mengenai tampilan kemasan produk dan kekuatan kemasan, perusahaan dapat menggunakan desain kemasan yang menarik, praktis, dan ramah lingkungan serta informasi pada kemasan tercantum dengan jelas, perusahaan juga harus memilih bahan kemasan yang lebih kuat dan aman agar isi dari produk terjaga dengan baik dan tidak mudah pecah ketika tidak sengaja terjatuh.
4. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode, sampel, dan variabel yang lain, dikarenakan pada

penelitian ini hanya terbatas pada variabel *celebrity endorser*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Marina *Hand and Body Lotion* Mahasiswa Universitas Diponegoro.