

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorser* terhadap *Brand Image* para produk MS Glow. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,410 atau 41,0%
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Brand Image* pada produk MS Glow. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,521 atau 52,1%.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Brand Image* terhadap *Purchase Decision* pada produk MS Glow. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,395 atau 39,5%.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Celebrity Endorser* terhadap *Purchase Decision* pada produk MS Glow. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung

lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,321 atau 32,1%.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* pada produk MS Glow. Hasil pengaruh dibuktikan dengan pengujian hasil uji t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 dengan besar pengaruh 0,681 atau 68,1%.
6. *Brand Image* dapat memediasi *Celebrity endorser* terhadap *Purchase Decision* dengan nilai 0,161 atau 16,1%. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan reputasi produk dapat memperkuat pertimbangan konsumen untuk membeli produk MS Glow yang diendorse oleh Nagita Slavina sebagai selebriti.
7. *Brand Image* dapat memediasi pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap *Purchase Decision* dengan nilai 0,205 atau 20,5%. Ini menunjukkan bahwa kualitas dan reputasi produk dapat memperkuat pertimbangan konsumen untuk membeli produk MS Glow karena informasi-informasi positif yang diterima oleh para konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* yang digunakan pihak perusahaan MS Glow cukup baik. Disarankan kepada perusahaan supaya bisa mengimbangi produknya

dengan selebriti yang digunakan sehingga bisa lebih menarik perhatian konsumen.

2. *Electronic word of mouth* terbukti dapat membuat *brand image* menjadi baik di hadapan konsumen. Oleh karena itu, disarankan untuk perusahaan MS Glow tetap menjaga kualitas produknya supaya tidak adanya tanggapan negatif mengenai produk.
3. *Brand image* pada produk MS Glow sudah bagus, disarankan untuk perusahaan agar tetap menjaga citra merek nya dengan meningkatkan kualitas dan layanan sehingga konsumen akan semakin percaya menggunakan produk yang ditawarkan.
4. Untuk meningkatkan penjualan yang baik, perusahaan MS Glow menggunakan selebriti yang mampu mengiklankan produknya dengan yang lebih menarik lagi sehingga dapat menarik perhatian banyak orang untuk membeli produk yang di iklankan.
5. Untuk mempercepat penyebaran informasi tentang produk, disarankan kepada perusahaan MS Glow untuk lebih sering mengunggah informasi mengenai produk, mengajak *follower* untuk memberikan ulasan dan pemberian hadiah melalui kuis. Sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.
6. Untuk perusahaan MS Glow dengan menjaga kualitas dan reputasi produk yang baik dapat memperkuat pertimbangan konsumen untuk membeli produk MS Glow yang diendorse oleh Nagita Slavina sebagai selebriti.

7. Perusahaan MS Glow lebih kreatif dalam memasarkan produknya dengan menggunakan konten yang menarik dan positif supaya dapat menciptakan citra merek yang baik sehingga konsumen dapat percaya terhadap produk yang ditawarkan dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

