

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang berasal dari pengujian menggunakan analisis PLS terhadap pengaruh *celebrity endorser* (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baper Shop Surabaya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* (X1) memberikan pengaruh terhadap timbulnya keputusan pembelian konsumen Baper Shop Surabaya. Semakin baik Baper Shop dalam menciptakan nilai tersendiri melalui pemilihan *celebrity endorser* dengan kriteria-kriteria yang sudah dimiliki oleh Baper Shop itu sendiri, maka semakin terdorong pula keputusan seorang konsumen untuk melakukan pembelian di Baper Shop Surabaya.
- 2) Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan (X2) memberikan pengaruh terhadap timbulnya keputusan pembelian konsumen Baper Shop Surabaya. Oleh sebab itu, semakin baik dan tinggi tingkat kepercayaan yang dibentuk Baper Shop Surabaya kepada konsumen, maka akan semakin baik pula tingkat keputusan pembelian di Baper Shop Surabaya

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa saran yang diberikan untuk dijadikan bahan pertimbangan atau manfaat sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Dalam meningkatkan celebrity endorser pada produk Baper Shop Surabaya hal yang harus diperhatikan perusahaan yaitu *celebrity endorser* perlu meningkatkan daya tarik untuk menarik perhatian konsumen pada saat produk di iklankan agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut
- 2) Kepercayaan konsumen dalam memilih suatu produk salah satunya perusahaan harus memperhatikan produk tersebut ketika dipasarkan, karena reputasi yang baik di pikiran konsumen sangat penting diperhatikan untuk menjadikan suatu produk yang diminati oleh konsumen. Baper Shop Surabaya harus konsisten dan mampu berperan penting dalam kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya agar minat konsumen tersebut semakin tinggi untuk membeli produk Baper Shop Surabaya.
- 3) Sebagai pertimbangan untuk penelitian berikutnya, disarankan agar menggunakan variabel lain atau variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini.