

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini. Maka penelitian yang telah dilakukan dimaksudkan oleh penulis untuk dapat mengetahui efek yang dihasilkan dari *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening maka dapat disimpulkan bahwa :

1. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Good Day.
2. *Celebrity endorser* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Good Day.
3. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kopi Good Day.
4. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kopi Good Day.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi Good Day.
6. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli kopi Good Day.
7. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli kopi Good Day.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan produk kopi Good Day diharapkan mampu mempertahankan *brand image* atau citra merek untuk menjaga daya saing dengan produk kopi instan lainnya, sehingga konsumen akan tetap setia terhadap produk kopi Good Day dan tidak memiliki niat untuk berpindah ke merek kopi instan lainnya.
2. Perusahaan produk kopi Good Day sebaiknya menginvestigasi sejauh mana celebrity endorser berpengaruh terhadap persepsi konsumen terhadap kopi Good Day untuk meningkatkan pengembangan *brand* kopi yang lebih luas.
3. Pada penelitian berikutnya disarankan untuk melibatkan penambahan variabel lain guna mengevaluasi pengaruhnya pada keputusan pembelian. Selain itu, peneliti setelahnya diharapkan dapat mempertimbangkan penggunaan variabel tambahan dalam menguji minat beli konsumen.
4. Diharapkan bahwa penelitian berikutnya dapat memilih objek penelitian yang berbeda agar menambah pengetahuan baru.