

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Erigo di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian Erigo di Kota Surabaya dengan *power* sebagai pengukur paling kuat dalam *Celebrity Endorser*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik serta kharisma produk Erigo maka semakin tinggi tingkat keputusan pembeliannya.
2. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian Erigo di Kota Surabaya dengan image produk sebagai pengukur paling kuat dalam *Brand Image*. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap kualitas brand Erigo yang bagus dapat meningkatkan keputusan pembelian terhadap Erigo.

#### 5.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan oleh penulis terkait hasil penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan keputusan pembelian meningkat maupun menurun, *Celebrity Endorser* dapat dilihat melalui pengukur yang paling berpengaruh yaitu power. Diharapkan perusahaan dapat memberikan konsisten dengan *value* yang di promosikan serta meningkatkan daya tarik produk kepada konsumen seperti menambah kerjasama dengan artis sebagai *Brand Ambassador* sesuai *trend* saat ini.
2. Pada Brand Image memiliki pengukur yang paling berpengaruh yaitu image produk. Diharapkan perusahaan dapat mempertahankan kualitas produk yang ada agar konsumen dapat bertahan terhadap keinginan melakukan pembelian produk Erigo.
3. Bagi penelitian selanjutnya, studi ini dapat dipakai sebagai acuan penelitian selanjutnya terkait *celebrity endorser*, *brand image*, dan keputusan pembelian untuk menggunakan indikator maupun variabel tambahan agar dapat mengetahui variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan indikator yang sangat kuat mempengaruhi variabel tersebut.