

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Sales Promotion, Online Customer Review, dan Celebrity Endorsment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision*. Hal ini diperlihatkan oleh kombinasi dari ketiga faktor tersebut yang berperan dalam meningkatkan *purchase decision* pada pengguna produk Glad2Glow di Kota Surabaya.
2. *Sales Promotion* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. *Sales promotion* menarik konsumen dengan pemberian diskon, voucher, cashback maupun paket bundling. Hal ini meningkatkan ketertarikan konsumen dalam pemilihan produk.
3. *Online Customer Review* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. pemberian ulasan yang positif, jujur, dan informatif dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan konsumen untuk memutuskan memilih produk Glad2Glow.
4. *Celebrity Endorsment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. *Celebrity endorsment* dapat menarik konsumen dengan mendatangkan *endorser* yang memiliki citra positif dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh penulis :

1. Bagi Perusahaan Glad2Glow
 - a. Meningkatkan program *sales promoton* seperti pengadaan diskon, pemberian voucher, adanya cashback, maupun paket bundling agar mampu menarik minat konsumen untuk memilih dan tetap menjadikan Glad2Glow sebagai produk yang akan dibeli.
 - b. Menjaga kualitas produk agar konsumen dapat memberikan ulasan yang positif, jujur, dan informatif sehingga dapat menarik konsumen baru dan juga mempertahankan konsumen lama.
 - c. Memilih *celebrity endorser* yang memiliki citra positif, terpercaya, dan sesuai dengan target pasar guna meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk Glad2Glow.
 - d. Memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce* secara maksimal untuk memperluas promosi serta meningkatkan interaksi dengan konsumen
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Menambahkan variabel lain seperti *brand image*, harga, kualitas produk, atau kepuasan konsumen guna memperkaya hasil penelitian.
 - b. Melakukan penelitian pada objek yang berbeda agar hasil peneliatian lebih luas dan dapat dibandingkan.

- c. Menggunakan metode analisis lain seperti SEM-PLS atau metode kualitatif untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam terkait hubungan antar variabel.