

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hanasui” (Studi Pada Mahasiswi FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik pemasaran yang dilakukan oleh *celebrity endorser* maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian produk kosmetik Hanasui. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 3.312 > t_{tabel} 3.100$ dan $sig. 0,001 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H1 yang menyatakan “Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berdampak positif dan signifikan secara parsial pada keputusan pembelian konsumen. Artinya, semakin banyak pelanggan yang akan memutuskan untuk membeli produk kosmetik Hanasui jika kualitasnya meningkat. Nilai hasil uji t, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} 5.952 > t_{tabel} 3.100$ dan $sig. 0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis H2, yang menyatakan bahwa "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", diterima.
3. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama bahwa *celebrity*

endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik *celebrity endorser* dalam memasarkan produk dan kualitas produk yang dipasarkan juga baik maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil hasil pengujian menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $73.3651 > 3.100$ dengan tingkat signifikansi 0,000 Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H3 yang menyatakan “Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kekeliruan, berdasarkan temuan penelitian sebelumnya. Peneliti mengusulkan beberapa saran:

1. Perusahaan Hanasui

Peneliti berharap perusahaan lebih aktif dalam mempromosikan jika terdapat produk terbaru ke media social dengan membuat konten dengan topik, filter, sound atau template edit yang sedang viral/terkenal dibahas maupun dipakai saat ini agar masuk ke timeline beranda media social masyarakat luas. Kemudian peneliti berharap Hanasui terus berkomitmen atau mempertahankan kualitas produk seperti yang telah diketahui oleh banyak konsumen agar konsumen akan terus percaya dan menjadi pelanggan tetap kosmetik Hanasui. Dan terakhir peneliti berharap Hanasui bisa mempertahankan adanya membership Hanasui Squad (Hanasquad) yang dimana akan menjadikan nilai positif terhadap produk Hanasui ini di benak konsumen sehingga agar akan lebih banyak konsumen yang menjadi member Hanasquad.

2. Akademik

Peneliti berharap mahasiswa yang sedang menggunakan produk kosmetik bisa lebih berhati-hati dalam pemilihan produk dan sesuai dengan kebutuhannya. Penelitian ini diharapkan dapat menambah

wawasan dan referensi untuk memperkaya penelitian yang ada tentang subjek yang diteliti, terutama jurusan Ekonomi Syariah.

