

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Sejalan dengan penelitian yang telah dilaksanakan mengenai keputusan pembelian produk *Biarnyaman* telah ditarik beberapa kesimpulan, yaitu adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman* sesuai dengan hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini. Keputusan pembelian produk *Biarnyaman* timbul dari dilakukannya *celebrity endorsement* melalui kepercayaan, keahlian, dan daya tarik fisik *endorser* terkait. Selanjutnya, adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Biarnyaman* sesuai dengan hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini. Keputusan pembelian produk *Biarnyaman* timbul dari dilakukannya kualitas produk melalui kinerja, fitur, keandalan, kesesuaian, daya tahan, layanan, estetika, dan persepsi kualitas. Kesimpulan terakhir yang dapat diambil adalah bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian produk sesuai dengan hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini. Keputusan pembelian produk *Biarnyaman* timbul dari dilakukannya harga melalui kesesuaian harga, harga yang dibandingkan, dan harga yang ditetapkan.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dinyatakan sebelumnya, berikut merupakan saran-saran yang dapat penulis berikan, antara lain:

a. Bagi Perusahaan

Dengan mempertimbangkan nilai koefisien jalur yang nilainya menyatakan hubungan langsung antara variabel independen terhadap dependen sebagaimana dengan yang disampaikan oleh Noor (2015, hlm. 148), maka berikut saran-saran bagi perusahaan:

- 1) *Celebrity endorsement* memiliki nilai koefisien jalur yang paling besar setelah kualitas produk. Oleh karena itu *Biarnyaman* dapat

melakukan *endorsement* secara intens atau berulang kali dengan tetap menjaga kualitas produk yang baik sehingga pesan yang disampaikan secara terus-menerus dapat memperbesar kemungkinan datangnya konsumen baru dan konsumen tersebut tidak kecewa ketika membeli produk.

- 2) Variabel kualitas produk, *Biarnyaman* perlu mempertahankan kualitas produknya saat ini, apalagi dengan nilai koefisien jalur tertinggi dalam penelitian ini, hal tersebut menunjukkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk yang diterima. Oleh karena itu, kualitas tersebut harus terus dijaga atau bahkan ditingkatkan dengan penambahan nilai produk seperti fitur-fitur baru atau desain baru yang dapat terus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 3) Variabel harga memiliki nilai koefisien jalur terendah dalam penelitian ini. Oleh karena itu, perhatian lebih pada harga yang ditetapkan perlu dilakukan. *Biarnyaman* perlu secara seksama memperhatikan harga yang ditetapkan atas produk-produknya dengan mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen, harga apabila dibandingkan dengan harga kompetitor, dan harga akhir yang ditetapkan.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian berikutnya diharapkan adanya penambahan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian untuk dijadikan variabel penelitian, seperti citra merek, iklan, ataupun tempat.