

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dengan menggunakan alat analisis *SmartPLS* serta telah diuraikan sebelumnya mengenai pengaruh *Celebrity Endorser*, Kualitas Produk dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk variabel *celebrity endorser* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana hal tersebut memiliki arti bahwa keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung dipengaruhi oleh sosok *celebrity endorser* yang menarik, seperti berkelas juga berkarisma dan memiliki gaya yang sesuai dengan produknya.
2. Untuk variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana hal tersebut memiliki arti bahwa keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung dipengaruhi oleh kualitas produknya yang telah memiliki kelengkapan fitur yang canggih dan beragam.
3. Untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat diartikan bahwa keputusan pembelian konsumen *smartphone* Samsung saat melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi mengenai kemudahan saat digunakan serta dengan teknologi yang canggih yang memudahkan.

Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya, oleh karena itu hipotesis dapat diterima. Dan juga sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan kepada 75 responden konsumen *smartphone* Samsung di Jakarta Selatan dimana tidak berlaku untuk umum karena tingkat generalisasi yang masih rendah.

#### **V.2. Saran**

Dari kesimpulan di atas, maka peneliti juga menuliskan saran-saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan maupun penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Bagi Perusahaan
  - a. Untuk penggunaan *celebrity endorser*, Samsung dapat mempertahankan cara promosi ini dengan melibatkan *celebrity* yang sedang populer yang

dapat mempresentasikan tentang produk *smartphone* Samsung dengan baik. Dengan pemilihan karakter *celebrity endorser* yang baik, maka konsumen akan semakin percaya dan yakin terhadap pelayanan ataupun produk yang diberikan. Sehingga, gambaran produk *smartphone* Samsung dimata konsumen semakin meningkat, serta dapat memikat konsumen baru untuk membeli produk Samsung. Dalam penyampaian pesan tersebut *celebrity* haruslah memiliki pengetahuan yang baik tentang produknya sehingga pesan yang dikirimkan semakin dapat dipercaya dan meyakinkan bagi konsumen. Samsung juga dapat memberikan konten-konten yang lebih menarik lagi. Karena, pemasaran yang baik akan selalu diingat oleh konsumen.

- b. Untuk kualitas produk yang dimiliki, Samsung sudah memiliki kualitas *smartphone* yang baik dimata konsumen. Tetapi, Samsung masih perlu untuk tetap mempertahankan kualitas yang baik serta terus melakukan inovasi dan pengembangan terhadap produknya. Selain itu, Samsung juga perlu untuk meningkatkan variasi desain dan pilihan warna yang menarik yang dapat membuat para konsumen tertarik untuk membeli *smartphone* Samsung dengan desain dan pilihan warna yang tersedia.
  - c. Untuk persepsi kemudahan penggunaan, disarankan agar *smartphone* Samsung dapat mempertahankan dan meningkatkan kemudahan yang dimiliki dengan berinovasi untuk meningkatkan kemudahan konsumen saat mempelajarinya. Hal tersebut bertujuan agar *smartphone* Samsung lebih mudah dipelajari sehingga dapat memberikan persepsi konsumen yang baik dan positif untuk meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel lain yang lebih bervariasi dan terbaru agar topik mengenai keputusan pembelian dapat berkembang lebih baik lagi. Hal ini diperlukan juga agar penelitian mengenai variabel keputusan pembelian dapat dibahas semakin luas dan semakin dalam lagi untuk menambahkan akurasi serta kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.