

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, hasil analisis dan pembahasan telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya tentang *Celebrity Endorstment*, dan Testimonial terhadap Keputusan Pembelian pada sepatu Compass di marketplace Indonesia serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. *Celebrity Endorstment* bisa berpengaruh dengan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada sepatu Compass, artinya *Celebrity Endorstment* merupakan salah satu elemen yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada sepatu Compass di marketplace Indonesia.
2. Testimonial bisa berpengaruh dengan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada sepatu Compass, artinya bahwa Testimonial merupakan salah satu elemen yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian pada sepatu Compass di marketplace Indonesia.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan dan disusun sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penyusunan penelitian ini, beberapa keterbatasan yang ada yaitu:

1. Jumlah responden pada penelitian ini hanya sebanyak 100 orang yang melakukan pembelian atas dasar *Celebrity Endorstment*, dan Testimonial sehingga data yang terkumpul dan yang dapat disimpulkan hanya berdasarkan pada data yang ada dalam kuesioner tersebut.
2. Karena penelitian ini dilakukan pada masa pandemi Covid-19, peneliti memiliki keterbatasan ruang untuk melakukan penelitian dan mengisi kuesioner hanya secara daring (*online*).

V.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ditarik dan nilai outer loading dari setiap variabelnya yang paling kecil, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Produsen sepatu Compass dapat membuat strategi pemasaran, dengan menghadirkan Celebrity Endorstment dari kalangan menengah keatas sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian, agar dapat bertahan imbas Pandemi Covid-19.
2. Produsen sepatu Compass dapat meningkatkan kualitas dari sepatu, dan kemasan dalam pengiriman agar dapat memperoleh testimonial yang baik di marketplace pelanggan, sehingga mampumeningkatkan Keputusan pembelian.
3. Bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin meneliti topik yang sama dengan penelitian ini, diharapkan dapat ditambahkan variabel bebas tambahan agar penelitian yang dilakukan lebih beragam dan relevan tentang Keputusan Pembelian *Celebrity Endorsement*, dan testimonial.