

BAB V

PENUTUP

V.1 Simpulan

Mengacu pada hasil analisis data yang diuji menggunakan SmartPLS 3.0 serta pembahasan yang sudah dijelaskan dalam bab sebelumnya terkait dengan pengaruh harga, tampilan produk dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian brand fashion lokal di Jakarta Timur, pengujian telah dilaksanakan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Merujuk pada hasil penelitian, variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *brand fashion* lokal. Dimana dalam membeli produk harga selalu menjadi salah satu faktor utama. Semakin realistis suatu harga (sesuai dengan kualitas yang diberikan), maka akan semakin terjadi peningkatan pada keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hal ini berjalan sesuai dengan hipotesis penelitian.
2. Menyesuaikan pada hasil penelitian, variabel tampilan produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *brand fashion* lokal. Tampilkan produk mampu meningkatkan keputusan para konsumen untuk membeli *brand fashion* lokal. Dengan memberikan produk yang sesuai dengan tampilan maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hal ini berjalan dengan hipotesis penelitian.
3. Melihat dari hasil penelitian variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimana efek dari popularitas seorang artis dapat meningkatkan keputusan pembelian pada *brand fashion* lokal ini. Dalam kepercayaan konsumen melihat sosok artis meyakinkan bahwa *review* yang diberikan jujur. Sehingga dalam hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan hal ini sejalan dengan hipotesis penelitian.

V.2 Saran

Setelah adanya kesimpulan yang ada pada penelitian yang dilakukan, berdasarkan keterbatasan dan kelemahan yang dimiliki dalam penelitian ini, peneliti memberikan berbagai saran guna menjadikan evaluasi bagi para pelaku usaha serta penelitian berikutnya, antara lain sebagai berikut:

1. Sampel (responden) yang digunakan dalam penelitian ini sangat terbatas dan tidak merata. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih besar, luas dan merata agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik, dengan lebih dapat digeneralisasi dapat memberikan gambaran yang lebih riil tentang keputusan pembelian *brand fashion* lokal.
2. Bagi penelitian mendatang diharapkan dapat menambah variabel-variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk melihat seberapa signifikan variabel lain terhadap keputusan pembelian *brand fashion* lokal.
3. Bagi para pelaku bisnis *brand fashion* lokal sebaiknya dapat lebih meningkatkan awareness terhadap faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk *fashion*, Seperti harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan melihat dari manfaat yang terbaru sehingga meningkatkan fungsi dari *fashion* lalu dapat memberikan informasi melalui tampilan produk yang lebih menarik terkait produk yang dijual sehingga dapat diperkuat dengan *celebrity endorsement* sebagai media penyampaian dengan skala yang lebih luas dengan memilih *celebrity* yang dapat dipercaya dan memiliki image yang baik, sehingga keputusan pembelian *brand fashion lokal* dapat meningkat sesuai dengan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen.