

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan software SmartPLS 4.0 yang terkait dengan *Celebrity Endorsement*, *E-WOM*, dan Citra Merek sebagai variabel intervening terhadap Minat Beli lipstik Mother of Pearl, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Celebrity Endorsement* berperan penting dalam mempengaruhi Minat Beli lipstik Mother of Pearl secara signifikan. Di sisi lain, *E-WOM* juga terdapat pengaruh dan adanya efek signifikan terhadap Minat Beli lipstik Mother of Pearl. Jadi dapat ditarik kesimpulan, *E-WOM* mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli lipstik Mother of Pearl secara signifikan.

Pada variabel *Celebrity Endorsement* dapat dikatakan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Minat Beli, dan dengan adanya Citra Merek sebagai variabel intervening yang dapat memediasi antara *Celebrity Endorsement* dan Minat Beli, maka bisa dikatakan bahwa *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh kepada Minat Beli melalui Citra Merek. Hal ini didukung karena *Celebrity Endorsement* berpengalaman dalam menggunakan produk lipstik Mother of Pearl, sehingga *Celebrity Endorsement* dapat meningkatkan Citra Merek dan Minat Beli dari produk tersebut.

E-WOM dapat dikatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Akan tetapi, rendahnya nilai dari uji VAF yang berarti bahwa Citra Merek tidak dapat memediasi E-WOM dan Minat Beli, maka variabel E-WOM tidak berpengaruh terhadap Minat Beli melalui Citra Merek. Jadi dapat disimpulkan bahwa *E-WOM* tidak memediasi Minat Beli melalui Citra Merek.

Pada kesimpulan terakhir yakni Citra Merek terdapat pengaruh yang signifikan kepada Minat Beli, yang berarti bahwa Citra Merek yaitu variabel intervening bisa memberikan dampak atau pengaruh secara langsung pada Minat Beli, sehingga dalam menentukan apakah citra merek yang dikembangkan dapat memengaruhi minat beli konsumen Mother of Pearl.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini mematuhi semua peraturan dan kaidah yang ada, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, yaitu:

- a) Karena penelitian ini terbatas yaitu hanya di wilayah Jabodetabek, maka sebab minat terhadap barang-barang Mother of Pearl tidak terbatas pada wilayah tersebut.
- b) Karena keterbatasan waktu untuk menyelesaikan penelitian, maka jumlah sampel dibatasi hingga 105 responden yang mewakili penduduk Jabodetabek yang berminat terhadap lipstik Mother of Pearl.
- c) Variabel independen penelitian ini dibatasi pada dua variabel, yaitu *E-WOM* dan *celebrity endorsement*, dengan variabel intervening meliputi citra merek, dan variabel dependen meliputi minat beli. Variabel-variabel ini masih dianggap tidak cukup untuk mengukur faktor-faktor yang memengaruhi minat beli lipstik Mother of Pearl. Karena keterbatasan faktor-faktor ini, peneliti belum dapat sepenuhnya menjelaskan faktor-faktor lain yang memengaruhi minat beli lipstik Mother of Pearl..

5.3 Saran

Dari hasil penelitian tersebut, peneliti memberikan rekomendasi berikut berdasarkan temuan dan kesimpulan di atas:

1. Bagi Perusahaan

- a) Perusahaan dapat memilih selebriti yang relevan dengan target pasar produk lipstik Mother of Pearl dan memastikan bahwa selebriti tersebut memiliki pengalaman nyata dengan produk tersebut. Dengan demikian, kepercayaan konsumen terhadap produk akan tumbuh.
- b) Perusahaan disarankan untuk memperkuat upaya pemasaran digital yang memotivasi pelanggan untuk memposting ulasan yang baik dan berbagi pengalaman produk mereka di saluran internet. Sehingga hal ini dapat langsung meningkatkan persepsi yang baik.
- c) Perusahaan perlu fokus pada pencitraan merek yang konsisten, seperti penggunaan logo, kemasan, dan visual yang menarik. Mempromosikan

kualitas produk lipstik Mother of Pearl juga dapat membantu meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk memperluas wawasan, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti *Social Media Marketing*, dan *Brand Trust* terhadap Minat Beli atau dapat dijadikan variabel intervening. Selain itu, agar dapat menghasilkan data yang lebih lengkap dan gambaran yang lebih menyeluruh tentang Minat Beli lipstik Mother of Pearl, maka peneliti selanjutnya dapat memperluas area penelitian dan menambah jumlah responden.