

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka diperoleh hasil analisis serta pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh *electronic word of mouth* dan *celebrity endorsement* terhadap *purchase intention* pada Wardah. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang didapatkan melalui proses pengujian dengan menggunakan perangkat lunak statistik SmartPLS 4 maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut.

Hipotesis pertama pada penelitian ini diterima sehingga dapat diartikan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase intention* Wardah. Hal tersebut berarti *purchase intention* dari masyarakat yang mengetahui Wardah memiliki keterkaitan dengan *electronic word of mouth* yang dilakukan oleh Wardah tersebut. Lebih lanjut, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh tersebut nyata serta arah hubungan yang positif. Adapun, *electronic word of mouth* memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan variabel lainnya. Jadi, *electronic word of mouth* yang terdiri atas *content*, *recommendation consistency*, *rating*, *quality*, dan *volume* mampu meningkatkan *purchase intention* pada Wardah.

Hipotesis kedua pada penelitian ini diterima sehingga dapat diartikan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap *purchase intention* Wardah. Hal tersebut berarti *purchase intention* dari masyarakat yang mengetahui Wardah memiliki keterkaitan dengan *celebrity endorsement* yang dilakukan oleh Wardah tersebut. Lebih lanjut, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh tersebut nyata serta arah hubungan yang positif. Jadi, *celebrity endorsement* yang terdiri atas daya tarik, kepercayaan, dan keahlian mampu meningkatkan *purchase intention* pada Wardah.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penyusunan penelitian ini dilakukan dengan mengikuti prosedur dan pedoman yang berlaku, tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan yang diakui oleh peneliti:

- a. Kendala dalam minat pengisian kuesioner yang kurang di beberapa wilayah tertentu.
- b. Metode penyebaran dan pengumpulan data secara daring dengan pengisian kuesioner melalui Google Form yang membuat peneliti tidak dapat memastikan secara langsung kesediaan responden dalam mengisi kuesioner.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat dibagikan beberapa saran di bawah ini yang diharapkan bisa bermanfaat untuk seluruh pihak yang khususnya relevan dengan penelitian ini.

- a. Saran untuk praktisi atau perusahaan

Disarankan agar Wardah dapat terus meningkatkan aspek *electronic word of mouth* dengan lebih memperhatikan pada aspek *content*, *quality*, dan *volume* agar Wardah menjadi minat utama pengguna ketika melihat serta mendapatkan ulasan produk kosmetik dengan argumen yang kuat, informasi yang berkualitas, serta jumlah dari ulasan produk Wardah.

Selain itu, disarankan juga agar Wardah dapat lebih memperhatikan serta terus meningkatkan aspek *celebrity endorsement* dengan lebih memperhatikan pada aspek daya tarik dan kepercayaan. Hal ini berguna dalam menarik perhatian serta memberikan rasa kepercayaan kepada minat pengguna Wardah.

- b. Saran untuk akademisi atau peneliti selanjutnya

Saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti *purchase intention*, yaitu agar peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi variabel *purchase intention* di luar variabel yang dikaji dalam penelitian ini, seperti *advertisement*, citra merek, *country of origin*, dan *price consciousness*.