

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang celebrity endorser dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada masyarakat kelurahan Bahagia dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis secara parsial uji t variabel celebrity endorser terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada masyarakat kelurahan Bahagia. Hal ini bisa dilihat dari nilai t hitung sebesar 3,601 lebih besar dari t tabel ( $3,601 > 1,98370$ ) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) artinya celebrity endorser secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial uji t variabel citra merek terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada masyarakat kelurahan Bahagia. Hal ini bisa dilihat dari nilai t hitung sebesar 7,756 lebih besar dari t tabel ( $7,756 > 1,98370$ ) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) artinya citra merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh celebrity endorser dan citra merek secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada masyarakat kelurahan Bahagia. Hal ini bisa dilihat dari nilai f hitung sebesar 49,200 lebih besar dari t tabel 2,69 ( $49,200 > 2,69$ ) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

1. Berdasarkan hasil kuesioner penelitian terhadap responden diharapkan untuk PT. Paragon Technology and Innovation agar memperhatikan celebrity endorsernya terkait dengan kesamaan antara celebrity yang digunakan dengan konsumen, seperti usia celebrity endorser yang sesuai dengan produk yang di iklankan dengan konsumen.