

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah menganalisis data mengenai pengaruh *Celebrity endorser* dan Media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Celebrity endorser* pada Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara angkatan 2015 dan 2016 kelas reguler sore dapat disimpulkan dari sebagian responden fashion yang dipakai oleh mahasiswa mengikuti fashion dari *Celebrity endorser* yang mereka sering lihat di setiap media yang ada. Artinya Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara mencari informasi suatu produk dari *Celebrity Endorser* untuk memutuskan suatu proses pembelian.
2. Media sosial Instagram pada Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara angkatan 2015 dan 2016 kelas reguler sore dapat disimpulkan dari seluruh responden yang telah mengisi pernyataan diatas mempunyai akun Instagram pribadi untuk memperoleh pertemanan, informasi dan bisnis. Artinya Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara memutuskan suatu proses pembelian di Media sosial Instagram.
3. Keputusan pembelian pada Mahasiswa FE Universitas Bhayangkara angkatan 2015 dan 2016 kelas reguler sore dapat disimpulkan dari sebagian responden bisa memutuskan suatu proses pembelian melalui *Celebrity Endorser* dan Media sosial Instagram yang dimana responden

akan dapat banyak informasi seperti type, harga dan kualitas produk tersebut.

## **5.2. Implikasi Manajerial**

Implikasi penelitian yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Mahasiswa. Penelitian ini hanya dapat menemukan 59.9% dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Media sosial Instagram sehingga masih terdapat 40,1% yang belum diketahui dari faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna Media sosial Instagram.
2. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara angkatan 2015 dan 2016 kelas reguler sore. Selanjutnya diharapkan penelitian berikutnya mampu memperluas cakupan wilayahnya sehingga dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan bahwa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik lainnya, sehingga kemungkinan pengisian angket dapat bersifat subjektif. Lebih baik apabila ditambahkan metode lain, seperti wawancara kepada responden langsung sehingga data lebih akurat.

4. Bagi *Celebrity endorser* yang mempromosikan produk/jasa hendaknya berbicara jujur tidak ada unsur kebohongan dalam penyampaian iklan sehingga konsumen nantinya tidak merasa dirugikan.



## BIODATA



**Kartika Pratama Putri M.** Lahir di Bekasi, 03 September 1994, anak ke 3 dari 3 bersaudara, pasangan dari Bapak Sony Mandagie dan Ibu Siti Atikah. Bertempat tinggal di Perumahan Wisma Jaya Jl. Kusuma Utara XIIB Blok 37d

No. 10 RT 016/017 Bekasi Timur 17111, Kelurahan Duren Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi.

Riwayat Pendidikan. Pendidikan dasar SDN DUREN JAYA IV Bekasi lulus pada tahun 2006, Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 TAMBUN UTARA lulus pada tahun 2009, Sekolah Menengah Kejuruan di SMK KARYA GUNA 2 BEKASI mengambil kejuruan Administrasi Perkantoran lulus pada tahun 2012. Setelah lulus Sekolah Menengah Kejuruan penulis bekerja di salah satu perusahaan asing selama 1 tahun lalu melanjutkan Pendidikan S1 pada tahun 2015 di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Program Studi Pemasaran.