

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Emina Melalui Media Instagram, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Celebrity Endorser berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Celebrity Endorser yang digunakan di skincare Emina maka semakin meningkatnya keputusan pembelian untuk melakukan pembelian produk Emina di mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Brand Image berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik brand image pada skincare Emina maka semakin yakin konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap brand tersebut.
3. Celebrity Endorser dan Brand Image secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik celebrity endorser dan brand image yang ada pada skincare emina maka keputusan pembelian semakin meningkat dalam penjualan skincare emina dikalangan mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis di universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis univeristas Bhayangkara Jaarta Raya, disimpulkan dan ada saran yang dapat dikemukakan oleh penulis bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini dan juga penelitian selanjutnya. Saran yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian di mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis di universitas Bhayangkara Jakarta Raya diketahui bahwa Celebrity Endorser dan Brand Image dengan Keputusan Pembelian skincare Emina sudah memiliki hubungan cukup baik disarankan untuk perusahaan Emina terus membangun hubungan yang baik kepada masyarakat terkait dengan selebriti yang digunakan harus lebih meyakinkan konsumen agar skincare Emina dan mempertahankan citra merek yang baik seperti meningkatkan branding perusahaan untuk menciptakan kepuasan yang baik kepada konsumen yang menggunakan produk Emina sebagai kebutuhan perawatan wajah sehari-hari.
2. Hasil penelitian di mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis di Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya diketahui bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi celebrity endorser dan brand image terhadap produk skincare Emina di pandangan masyarakat,yaitu dennnfan variabel promosi, harga dan kualiatas produk dengan variabel-variabel tersebut disarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel-variabel tersebut sebagai penelitian yang terkait dengan penelitian ini dan membangun hipotesis baru untuk penelitian selanjutnya.