

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait *Celebrity Endorsement* sebagai variabel X1, *Customer Review* sebagai variabel X2, Kepuasan Konsumen sebagai variabel Y dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Z sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. *Customer Review* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. *Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
5. Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
6. Keputusan pembelian mampu memediasi *Celebrity Endorsement* terhadap Kepuasan Konsumen secara signifikan.
7. Keputusan Pembelian mampu memediasi *Customer Review* terhadap Kepuasan Konsumen secara signifikan.

5.2. Implikasi Manajerial

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini memiliki kekurangan dan keterbatasan meskipun seperti itu penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya:

- 1) Bagi brand Scarlett Whitening,
 - Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai motivasi, peluang, proses, permasalahan, serta kinerja promosi yang diterapkan pada produk scarlett whitening.

- Serta penting nya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sehingga brand bisa terus berkembang mengikuti arus persaingan antara kompetitor.
 - Melakukan seleksi terhadap review yang diberikan konsumen dikarenakan hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian maupun kepuasan konsumen.
- 2) Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai analisis Celebrity Endorsement dan Customer Review di media sosial terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian pada produk Scarlett Whitening.
 - 3) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini bisa menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya terkait variabel dan objek yang sama.



