

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya yang berhubungan dengan pengaruh *celebrity endorser*, *brand image* dan *product knowledge* terhadap keputusan Pembelian pada Produk Wardah di Kota Padang. Maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk Wardah di Kota Padang).
2. *Brand image* tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk Wardah di Kota Padang).
3. *Product knowledge* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada produk Wardah di Kota Padang).

5.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi produk wardah mengambil keputusan pembelian, karena hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi produk wardah untuk mengetahui apa yang dipikirkan para konsumen mengenai produk wardah pedoman dan masukan bagi masyarakat khususnya di kota padang.

1. Berdasarkan pada hasil penelitian diatas bahwa pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada produk wardah khususnya di Kota Padang masih dalam kategori cukup baik. Karena itu produk wardah diharapkan perlu meningkatkan kualitas *celebrity endorser* nya menjadi lebih baik dalam meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.
2. Berdasarkan pada hasil penelitian diatas bahwa pengaruh variabel *brand image* terhadap keputusan pembelian produk wardah khususnya di Kota Padang masih tergolong cukup baik. Karena itu produk wardah diharapkan dapat meningkatkan *brand image* nya menjadi lebih baik lagi agar keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsuen juga meningkat.
3. Berdasarkan pada hasil penelitian diatas bahwa pengaruh variabel *product knowledge* terhadap keputusan pembelian produk wardah khususnya di Kota Padang masih tergolong cukup tinggi. Karena itu produk wardah diharapkan mampu meningkatkan informasi tentang produknya seperti di kemasan atau *packaging* agar meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

5.3 Keterbatasan dan saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan keterbatasan dan saran dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna Produk Wardah di Kota Padang. Dengan demikian disarankan bagi peneliti selanjutnya mengujikannya di daerah lain.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari *celebrity endorser*, *brand image* dan *product knowledge*. Dengan demikian disarankan kepada peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini masih terbatas yaitu 120 responden. Dengan demikian diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah respondennya.