

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah.
2. Label halal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah.
3. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah.

#### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan. Saran-saran tersebut adalah :

1. Wardah harus mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan produknya melalui atribut produk agar konsumen merasa selalu dimudahkan dalam memutuskan untuk berbelanja. Proses keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi melalui atribut produk, desain dan kualitas, bahwa atribut-atribut produk tersebut mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2. Wardah harus tetap mempertahankan dan memperhatikan pencantuman Label Halal pada semua produknya dalam upaya mempercepat proses keputusan pembelian bagi konsumen serta Wardah harus mampu mempertahankan keunggulannya selain label halal juga dengan memberikan kepuasan pelayanan terhadap konsumen produk Wardah.
3. Wardah juga harus memperhatikan *celebrity endorser* yang di pakai, salah satunya dengan lebih memperbanyak *celebrity endorser* lokal, agar konsumen sendiri merasakan kemiripan karakter antara *celebrity endorser* dan konsumen itu sendiri.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa mendatang.

### **1.3 Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang dilakukan saat ini, memiliki sejumlah kelemahan dan keterbatasan, secara umum keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Kurangnya kontrol dalam penyebaran dan pengisian kuisoner, karena kuesioner hanya disebarakan melalui *google form* atau secara daring (dalamjaringan),

mengingat harus dibatasinya interaksi secara langsung di tengah kondisi pandemi COVID-19 ini. Dengan demikian menyebabkan jika adanya item pernyataan yang mengalami kerancuan, sehingga dapat mempengaruhi ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.

2. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh atribut produk, label halal dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian pada Produk Wardah. Masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian yang tidak digunakan dalam penelitian ini.