

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis PLS menggunakan *smartPLS 3.29* dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa sebagian besar dari hipotesis adalah diterima, atau dengan kata lain terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Simpulan yang dapat diambil dari hasil analisis adalah :

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*.
3. Minat beli *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*.
6. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli *online* sebagai variabel *intervening*.
7. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli *online* sebagai variabel *intervening*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis merekomendasikan kepada perusahaan Skintific untuk memilih *celebrity* dalam mengiklankan produk karena indikator *credibility* pada poin *trustworthiness* yang mana terdapat keraguan, artinya perusahaan harus mencari *celebrity* yang jujur dalam menyampaikan pendapatnya untuk meningkatkan penjualan skintific. Selain itu, perusahaan harus memperhatikan minat transaksional dalam variabel minat beli *online* untuk meningkatkan kecenderungan dalam memilih produk

skintific. Kemudian, pertahankan platform penjualan melalui tiktokshop dengan adanya potongan harga, dan tawaran promosi lainnya.