

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat dari hal-hal yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bodylotion Scarlett Whitening di Bandar Lampung.
2. *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bodylotion Scarlett Whitening di Bandar Lampung.
3. *Celebrity Endorser* dan *Electronic Word of Mouth* secara bersama-sama berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian Bodylotion Scarlett Whitening di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian diatas yang telah diuraikan, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lainnya. Adapun saran yang berikan, antara lain:

1. Scarlett Whitening mampu untuk memaksimalkan kembali aspek – aspek mulai dari *Trustworthiness* (Dapat dipercaya), *Expertise* (Keahlian), *Attractiveness* (Daya Tarik), *Respect* (Kualitas Dihargai) yang akan mempengaruhi *Celebrity Endorser* yang sudah dipilih yaitu Fadil Jaidi sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian
2. Scarlett Whitening meningkatkan. *Intensitas, Konten* kualitas produk yang baik akan menciptakan *Electronic Word of Mouth* Pendapat Positif di internet yang dapat meningkatkan kepercayaan dalam keputusan pembelian, serta dapat memperhatikan media sosial maupun E-Commerce agar tetap terjaga intensitasnya.