

## **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.