

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Simpulan berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Celebrity Endorer (X) terhadap Kepercayaan Merek (Z) melalui citra Merek (Y) pada smartphone Oppo di Bandar Lampung maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Citra Merek smartphone oppo di Bandar Lampung sebesar 0,447 atau 47,7%.
2. *Celebrity Endorser* berpengaruh terhadap Kepercayaan Merek Smartphone Oppo di Bandar Lampung sebesar 0,606 atau 60,6%.
3. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Merek Smartphone Oppo di Bandar Lampung sebesar 0,051 atau 5,1%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada perusahaan Oppo di Indonesia khususnya di Bandar Lampung maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

5.2.1. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan Oppo perlu meningkatkan kualitas produk dan dapat melihat keinginan ataupun kebutuhan konsumen. Dengan begitu Oppo bisa menjadi solusi kecanggihan teknologi di era modern saat ini.
2. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan khususnya gerai resmi ataupun service center diberbagai tempat sehingga

konsumen merasakan kemudahan saat mendapatkan masalah mengenai produk Oppo.

3. Pertahankan untuk memilih celebrity bintang iklan yang dapat menarik perhatian konsumen ataupun pilihlah bintang iklan yang memiliki citra yang baik.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain diharapkan dapat menambah variabel di luar variabel yang telah diteliti, misalnya persepsi harga dan *brand awareness* agar diperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat memengaruhi kepercayaan maupun citra merek serta untuk pengembangan mendatang bisa ditambahkan indikator pada setiap variabel agar lebih dapat menjawab latar belakang masalah yang terjadi.