

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang di lakukan mengenai *Celebrity Endorsement, Social Media Engagement Terhadap Brand Attitude dan Perceived Quality* pada penciptaan *Purchase Intention* luwak *white coffie* maka kesimpulan yang di dapat adalah sebagai berikut :

1. *celebrity endorsement* berpengaruh secara positif terhadap *social media engagement*.
2. *Social media engagement* berpengaruh secara positif terhadap *brand attitude*.
3. *Social media engagement* berpengaruh secara positif terhadap *perceived quality*.
4. *Brand attitude* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*.
5. *Perceived quality* berpengaruh secara positif terhadap *purchase intention*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang didapatkan sebagai berikut :

1. yakni diharapkan meningkatkan strategi pada *celebrity endorsment* melalui para artis selebriti yang di yakini efektif dalam melakukan keterlibatan interaksi di *social media engagement*, konsumen melalui aktivitas secara terbuka agar dapat mengetahui dan menilai secara langsung ketanggapan *endorser* terhadap produk luwak *white coffie*.
2. Konsumen yang ingin mengetahui suatu produk dengan baik diperlukan pengenalan terhadap produk melalui *social media engagement* yang diharapkan mampu membangun aktivitas interaksi di jejaring social instagram dengan melibatkan like, komentar, dan juga membagikan postingan yang akan berpengaruh pada kecenderungan sikap dalam memilih produk yang menarik dan inovatif
3. Mempertahankan citra yang positif pada *social media engagement* produk luwak *white coffie* karena untuk mempertahankan citra yang positif harus memerlukan selebriti yang berkelas juga jika ingin menggunakan selebriti kembali untuk mengiklankan atau mengkomunikasikan merek nya maka persepsi konsumen juga dapat bernilai dan dapat di tingkatkan.

4. Terus berinovatif sehingga *brand attitude* yang tercipta pada produk luwak *white coffee* ataupun dalam kemasan yang dikeluarkan karena persaingan pada zaman sekarang sudah semakin ketat, dan banyak nya pesaing-pesaing baru yang bermunculan terutama di Indonesia yang mempengaruhi minat beli konsumen secara langsung maupun tidak langsung.
5. Meningkatkan *perceived quality* dengan terus memberikan apa yang menjadi keunggulan dan manfaat bagi para konsumen dengan kualitas yang tetap tinggi tetapi dapat dinikmati oleh semua orang sehingga banyak konsumen yang akan membeli.