

BAB V

PENUTUP

1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* pada produk minuman Haus di Surabaya.
2. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Haus di Surabaya.
3. *Celebrity endorser* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk minuman Haus di Surabaya.
4. *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* sebagai variabel mediasi produk minuman Haus di Surabaya.

2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat ditemukan beberapa saran yang menjadi pertimbangan dan manfaat sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Haus Surabaya dapat memilih seorang selebriti yang tepat guna mempromosikan brand imagenya, sebagaimana selebriti yang dapat memberikan inspirasi, memiliki prestasi dan pengetahuan yang cukup tentang produk yang akan diiklankannya, serta sukses dalam karir dapat mempengaruhi citra

merek pada perusahaan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian adalah keahlian dari *celebrity* endorser. Keahlian yang dimiliki oleh Mgdalenaf sebagai seorang *food vlogger* sangat identik dengan segmentasi pasar yang tepat sebagai *celebrity endorser* Haus.

2. Penelitian yang dilakukan hanya melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam untuk hasil yang lebih maksimal dan lengkap dan dari sisi efektifitas dengan menggunakan variabel yang berbeda lainnya seperti promosi, loyalitas pelanggan, kebijakan harga, dan lain-lain.
3. Penelitian selanjutnya dengan topik yang sama dapat dijadikan referensi dengan menggunakan sampel yang lebih banyak, sehingga dapat menghasilkan hasil yang lebih optimal, dan pengumpulan data primer dilakukan selain menggunakan survei/ kuesioner bisa juga menggunakan wawancara klien untuk mengumpulkan informasi yang relevan untuk hasil analisis yang komprehensif.