

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian ini yang telah disajikan pada bab sebelumnya, penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Pendukung Selebriti pada produk Geoff Max Bandung termasuk dalam kategori “Baik”. Artinya daya tarik fisik seorang selebriti yang digunakan untuk mendukung suatu produk akan menimbulkan keputusan pembelian. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Daya Tarik Fisik sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Kualitas Dihargai. Hal ini terjadi dikarenakan selebriti yang digunakan Geoff Max masih tergolong selebriti yang belum banyak dikenal oleh konsumen sehingga beberapa konsumen masih belum menghargai selebriti yang digunakan untuk mempromosikan produk tersebut.
2. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk pada produk Geoff Max Bandung termasuk dalam kategori “Baik”. Artinya konsumen memiliki penilaian pada kualitas yang di persepsikan oleh Geoff

Max Bandung akan menimbulkan keputusan pembelian. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Kualitas Yang Dipersepsikan sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Kemampuan Diperbaiki. Hal ini dikarenakan produk dari Geoff max masih belum memberikan jaminan bahwa produknya dapat diperbaiki sehingga konsumen masih merasa belum terlalu yakin dengan produk tersebut.

3. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk Geoff Max Bandung termasuk dalam kategori “Baik”. Artinya produk Geoff Max Bandung sudah memiliki keputusan pembelian produk yang baik. Persentase tertinggi terdapat pada indikator Pencarian Informasi sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator Prilaku Pasca Pembelian. Hal ini dikarenakan produk Geoff Max masih belum bisa membuat konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli sehingga dapat berdampak pada pembelian di masa yang akan datang.

4. Hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Pendukung Selebriti dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian:

Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Pendukung Selebriti memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Hasil pengujian simultan yang dilakukan penulis membuktikan adanya pengaruh

yang signifikan dan hubungan yang erat antara variabel Pendukung Selebriti dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Pendukung Selebriti dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Geoff Max Bandung, yaitu sebagai berikut :

1. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai Pendukung Selebriti pada indikator yang terendah yaitu Kualitas Dihargai. Kepada pihak Geoff Max disarankan untuk menggunakan selebriti yang banyak digemari oleh konsumen agar selebriti yang digunakan mendukung produknya bisa lebih dihargai oleh para konsumen.
2. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai Kualitas Produk pada indikator yang terendah yaitu kemampuan diperbaiki. Kepada pihak Geoff Max Bandung disarankan untuk memberikan pengetahuan tentang produk yang dihasilkan apakah dapat diperbaiki atau tidak, sehingga dengan demikian dapat meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut dapat di perbaiki jika terjadi kerusakan sehingga menimbulkan keputusan untuk membeli produk tersebut.

3. Sehubungan dengan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian pada indikator terendah yaitu perilaku pasca pembelian. kepada pihak Geoff Max Bandung disarankan sebaiknya mengutamakan kepuasan konsumen sehingga akan berdampak pada perilaku pasca pembelian, dengan begitu konsumen akan merasa puas terhadap produk yang mereka beli.

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti faktor-faktor Pendukung Selebriti Dan Kualitas Produk yang mempengaruhi Keputusan pembelian. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya adalah kebutuhan, motivasi, harga dan lainnya. serta faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi besar pada keputusan pembelian.