BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah *celebrity endorsement*, dan kepercayaan secara bersama-sama maupun simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk *Fair & Lovely* pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015 dan 2016.

1. Berdasarkan dari data penelitian dapat diketahui nilai variabel *celebrity endorsement* (X) memiliki nilai mean 3,51. Dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity endorsement* pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2015 dan 2016 kategori tinggi. Kategori tinggi yang dimaksudkan dalam hal ini terlihat dari dimensi *visibility, objectivitas, attraction, power,* dan *similiraty.*
2. Berdasarkan dari data penelitian menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai mean 3,81. Dapat disimpulkan bahawa variable Keputusan Pembelian Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri pada Produk *Fair & Lovely* angkatan 2015 dan 2016 tergolong tinggi, yakni mengacu pada pengklasifikasian dan pengkatagorian ditentukan. Kategori tinggi yang dimaksud dalam hal ini terlihat dari dimensi pengenalan

kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

3. Berdasarkan hasil perhitungan uji regresi linier sederhana yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21.0 terdapat pengaruh signifikan antara *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian yaitu sebesar 5,163. Sedangkan berdasarkan uji t dapat disimpulkan *celebrity endorsement* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Kediri angkatan 2015 dan 2016 pada produk *Fair & Lovely* dengan nilai t_{hitung} 5,163 > t_{tabel} 1,660 yaitu (>) dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 (0,000 < 0,05). Dan dari hasil penelitian pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 (*R Square*) yaitu sebesar 0,594 artinya variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 59,4% sisanya sebesar 40,6% dipengaruhi faktor lain di luar *celebrity endorsement*.

B. Saran

Bedasarkan simpulan dan pembahasan hasil penelitian, saran yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran untuk perusahaan
   a. Perusahaan produk *Fair & Lovely* perlu meningkatkan kualitas dari produk *Fair & Lovely* dan memperkenalkan kualitas dari produk *Fair & Lovely* agar banyak dikenal oleh konsumen sehingga konsumen dapat tertarik melakukan keputusan pembelian produk *Fair & Lovely*.

b. Perusahaan Produk *Fair & Lovely* juga perlu lebih memperkenalkan dan memberikan informasi yang banyak mengenai produk *Fair & Lovely* sehingga hal itu dapat menarik konsumen melakukan keputusan pembelian.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

   Penelitian selanjutnya dapat melaukan penelitian menggunakan variable seperti harga, kualitas produk, lokasi, motivasi, dan store atmosphere untuk mempengaruhi keputusan pembelian.