

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas mengenai Model Keputusan Pembelian : Analisis Artist Endorsement, Harga, dan Citra Merek (studi kasus : Scarlett x EXO) maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Artist Endorsment memberikan nilai positif terhadap keputusan pembelian, karena variabel Artist Endorsment memberikan nilai original sample 0,578. Oleh karena itu, nilai p variabel ini lebih kecil dari 0,05 (kurang dari 0,05), yaitu 0,000, dan nilai statistik T 7.943, yang menunjukkan bahwa Artist Endorsment mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam penelitian ini Harga memiliki nilai p values 0,923 dan nilai T statistik 0,097, yang menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan,.
3. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai nilai p variabel lebih kecil dari 0,05 (kurang dari 0,05), yaitu 0.023, dan nilai statistik T 2.269, maka Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Pada model analisis Keputusan pembelian produk Scarlett x EXO menunjukkan bahwa jika variabel harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibandingkan dengan harga produk, ketertarikan terhadap artis endorser dan citra merek adalah faktor yang lebih penting, terutama ketika berkolaborasi dengan grup EXO. konsumen lebih cenderung dipengaruhi oleh ketertarikan terhadap artis endorser dan citra merek. Ini menunjukkan bahwa faktor non-harga memiliki dampak yang lebih besar pada dorongan pelanggan untuk membeli barang tersebut dalam hal ini.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah agar temuan tersebut dapat menjadi pedoman untuk meningkatkan kinerja dan melakukan perbaikan bagi pihak-pihak terkait di masa mendatang. Berikut ini adalah rekomendasi yang disajikan oleh penulis untuk perbaikan ke depan.

1. Agar peneliti selanjutnya dapat menggunakan atau mencoba variabel lain yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian konsumen tetapi tidak ada dalam penelitian ini.
2. Alangkah baiknya jika peneliti berikutnya memasukkan lebih banyak variabel dan sampel agar penelitian ini lebih luas dan kompleks.
3. Diharapkan Agar penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lain, diharapkan peneliti lain melakukan penelitian tambahan yang berkaitan dengan topik penelitian ini.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dari sudut pandang bisnis, untuk menentukan apakah penelitian ini menguntungkan bagi Scarlett atau tidak.