

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value* karena nilai t hitung sebesar 4,83 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* terhadap *perceived value* memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan
2. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value* karena nilai t hitung sebesar 4,97 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* terhadap *perceived value* memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan
3. *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Untuk Berpindah Merek karena nilai t hitung sebesar 2,02 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan *celebrity endorser* terhadap minat untuk berpindah merek memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan
4. *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Untuk Berpindah Merek karena nilai t hitung sebesar 1,98 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan bahwa *word of*

mouth terhadap minat untuk berpindah merek memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan

5. *Perceived Value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Untuk Berpindah Merek karena nilai *t* hitung sebesar 2,25 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel *perceived value* terhadap minat untuk berpindah merek memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan
6. *Celebrity endorser* dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk berpindah merek melalui *perceived value* sebagai variabel mediasi karena nilai *t* hitung sebesar 2,047 dan 2,040 dimana nilai ini lebih besar dari 1,96 dimana hasil ini menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* dan *word of mouth* terhadap minat untuk berpindah merek melalui *perceived value* memiliki pengaruh positif atau hubungan yang signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak manajemen kosmetik Make Over sebaiknya dapat terus meningkatkan keandalan produk kosmetik, seperti keamanan kosmetik Make Over jika digunakan. Hendaknya Make Over mampu meningkatkan keunikan seperti variasi produk yang lebih lengkap

dikarenakan sudah banyak kosmetik merek lain yang tidak kalah bagusnya dari kosmetik Make Over.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk menggunakan variabel dan alat analisis dalam penelitian ini, sebaiknya untuk melakukan penelitian dengan objek yang mudah untuk mendapatkan data sekunder dari objek terkait sehingga data dan jumlah sampel dapat ditentukan dengan mudah.

