

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang sudah dilakukan, maka diperoleh simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *social media marketing* (X1) dan *celebrity endorser* (X2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini dibuktikan pada uji F yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H1 diterima. Adapun model regresi yang menjelaskannya sebagai berikut: $Y = 0,884 + 0,436SMM + 1,122CE$, fungsi ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
2. Variabel *social media marketing* (X1) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi $0,023 < 0,05$ yang artinya H2 diterima.
3. Variabel *celebrity endorser* (X2) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Scarlett Whitening perlu mempertahankan dan meningkatkan *celebrity endorser* yang didalamnya terdiri dari beberapa dimensi yaitu *Trustworthiness, Expertise dan Attractiveness*. Karena hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *celebrity endorser* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Sebaiknya Scarlett Whiteng terus meningkatkan *social media marketing* supaya *brand* yang diciptakan berkualitas dan berinovasi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
3. Sebaiknya scarlett lebih meningkatkan komunikasi di media sosial dengan menambahkan intensitas konten tentang prduknya, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian.