

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang meliputi analisis dan pengujian hipotesis mengenai Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Country of Origin*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Skincare* Korea ‘Nacific’ pada konsumen yang sudah pernah menggunakan produk *skincare* Nacific. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific. Hal ini menunjukkan bahwa *celebrity endorser* mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific
2. Variabel *country of origin* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific. Hal ini menunjukkan bahwa *country of origin* tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific,
3. Variabel *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* tidak mempengaruhi konsumen

dalam melakukan keputusan pembelian pada produk *skincare* Nacific.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka keterbatasan penelitian dalam penelitian ini yang dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya adalah:

1. Variabel dari penelitian ini masih terbatas pada variabel eksternal yang bersumber dari pihak pemasar, sehingga belum mempertimbangkan variabel internal konsumen dalam melakukan keputusan pembelian
2. Cukup sulit untuk menemukan konsumen yang mengonsumsi dan membeli produk *skincare* Nacific karena adanya batasan kriteria penelitian atau syarat penelitian.

5.3 Saran

1. Saran untuk Perusahaan

Pihak perusahaan sebaiknya dalam hal bisa lebih memperhatikan *brand image*, karena *brand image* bisa menjadi hal yang sangat berpengaruh bagi penjualan produk yang ditawarkan. Perusahaan tentu bisa melakukan banyak hal yang bisa meningkatkan *image* perusahaan. Sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan dengan cara terus memperhatikan *brand image* perusahaan baik dari promosi, pelayanan,

dan lain lain. Selain itu Nacific sebaiknya terus berinovasi dengan memperhatikan *trend-trend* yang ada

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel dan objek merek *skincare* yang berbeda sehingga dapat menambah wawasan bagi peneliti dan para pembaca yang lain.