

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu Pengaruh *Celebrity Endorsement*, *Variety Seeking*, dan *Product Quality* terhadap *Purchase Intention*. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t disimpulkan sebagai berikut :
  - a. Pengaruh *Celebrity Endorsement* ( $X_1$ ) terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikan pada variabel *Celebrity Endorsement* ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $5,504 > 1,1985$  yang artinya variabel *Celebrity Endorsement* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.
  - b. Pengaruh *Variety Seeking* ( $X_2$ ) terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikan pada variabel *Variety Seeking* ( $X_2$ ) sebesar  $0,235 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $1,194 < 1,1985$  yang artinya variabel *Variety Seeking* ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.
  - c. Pengaruh *Product Quality* ( $X_3$ ) terhadap *Purchase Intention* dengan nilai signifikan pada variabel *Product Quality* ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $5,864 > 1,1985$

yang artinya variabel *Product Quality* ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

- d. *Celebrity Endorsement, Variety Seeking, Product Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention*.

## 5.2 Saran

Peneliti memberikan beberapa saran yang dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan agar produk Emina kosmetik semakin unggul dan mampu bersaing dengan bisnis usaha *Cosmetics* lainnya khususnya daerah Medan.

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh celebrity endorsement terhadap minat beli produk Emina di Kota Medan. Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana keterlibatan selebriti dalam kampanye pemasaran produk Emina dapat mempengaruhi ketertarikan dan niat beli konsumen. Dengan mengkaji bagaimana citra dan reputasi selebriti yang diendors produk Emina berdampak pada persepsi konsumen serta minat mereka untuk membeli, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas strategi endorsement dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal. Data akan dikumpulkan melalui survei kepada konsumen Emina di Kota Medan, dan hasil analisis diharapkan dapat memberikan

rekomendasi yang berguna bagi perusahaan dalam merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif..

2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana variasi pembelian mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Emina di Kota Medan. Fokus utama dari studi ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana berbagai faktor terkait dengan variasi produk seperti variasi dalam kemasan, harga, dan penawaran khusus berdampak pada minat beli konsumen. Dengan memeriksa bagaimana preferensi konsumen terhadap berbagai variasi produk Emina memengaruhi keputusan mereka untuk membeli, penelitian ini akan memberikan wawasan penting mengenai strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal. Data akan dikumpulkan melalui survei kepada konsumen Emina di Kota Medan, dan analisis hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan untuk menyesuaikan penawaran produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen terhadap produk Emina di Kota Medan. Fokus dari studi ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana persepsi terhadap kualitas produk Emina termasuk aspek seperti efektivitas, daya tahan, dan kepuasan terhadap hasil mempengaruhi ketertarikan dan niat beli konsumen. Dengan

mengidentifikasi faktor-faktor kualitas yang paling berpengaruh pada minat beli, penelitian ini akan memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya kualitas produk dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Data akan dikumpulkan melalui survei dan wawancara dengan konsumen Emina di Kota Medan, dan analisis hasilnya diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang relevan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran mereka untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

4. Kepada Pihak Emina Kosmetik disarankan juga untuk menjaga tingkat kualitas pada produk ketika diberikan ke konsumen pada saat membeli produk Emina. Beberapa pendapat dan persepsi mengenai kualitas produk yang ada pada produk Emina konsumen merasakan adanya ketidakpuasan mengenai kualitas produk dikarenakan kemasan pada produk Emina mengalami perubahan, sehingga menyebabkan konsumen merasa kurang puas saat membeli produk emina. Agar konsumen tidak kecewa pada saat membeli produk Emina.