

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan urutan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endors* Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow, terlihat dari hasil statistik menunjukkan nilai α ($0,035 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung = 2,122 dan t tabel sebesar 1,966 sehingga t hitung > t tabel ($2,122 > 1,966$).
2. Variabel Kualitas Produk secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow, terlihat dari hasil statistik menunjukkan nilai α ($0,001 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung = 3,347 dan t tabel sebesar 1,966 sehingga t hitung > t tabel ($3,347 > 1,966$).
3. Variabel *Celebrity Endors* secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow, terlihat dari hasil statistik menunjukkan nilai α ($0,001 < 0,05$) sedangkan nilai t hitung = 3,347 dan t tabel sebesar 1,966 sehingga t hitung > t tabel ($3,347 > 1,966$).
4. Hasil analisis regresi ditemukan variabel Harga, Kualitas Produk dan *Celebrity Endors* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow sebesar 86 % sedangkan sisanya 14 % dijelaskan oleh variable lain diluar model estimasi.

B. Saran

Berdasarkan fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa saran dengan harapan bermanfaat bagi pihak terkait, yaitu : Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka adapun saran yang mungkin bisa bermanfaat :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan materi tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endors* Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow

2. Bagi PT. Kosmetika Cantik Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi PT. Kosmetika Cantik Indonesia dalam membuat sebuah strategi pemasaran yang tepat kepada konsumen.

3. Bagi Akademis

Secara akademis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan kepada mahasiswa terkait Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan *Celebrity Endors* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow.