

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser*, Fanatisme Penggemar, dan *Merchandise* Terhadap Keputusan Pembelian Mie Lemonilo (Studi Kasus NCTzen Indonesia)”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keputusan NCTzen Indonesia untuk membeli Mie Lemonilo secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh para *celebrity endorser*. Nilai  $t$  hitung untuk *celebrity endorser* adalah 4,033, yang lebih tinggi dari  $t$  tabel 1,984, menurut hasil uji- $t$ . Nilai signifikansi adalah 0,001, yang kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa pengaruh *celebrity endorser* pada keputusan pembelian sangat besar. Keputusan pembelian diprediksi akan naik sebesar 0,220% untuk setiap kenaikan 1% dalam *celebrity endorser*.
2. Selain itu, keputusan pembelian secara signifikan dan menguntungkan dipengaruhi oleh fanatisme penggemar. Fanatisme penggemar memiliki nilai  $t$  hitung 3.690, yang lebih besar dari  $t$  tabel 1.984. Nilai signifikansi adalah 0,001, yang kurang dari 0,05. Ini menunjukkan bagaimana fanatisme penggemar memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Untuk setiap peningkatan 1% dalam fanatisme penggemar, ada kenaikan 0,315% dalam keputusan pembelian.
3. Keputusan pembelian secara signifikan dan menguntungkan dipengaruhi oleh *merchandise*. Dengan nilai signifikansi 0,001, yang kurang dari 0,05, nilai  $t$  hitung untuk *merchandise* adalah 3,731, lebih besar dari  $t$  tabel 1,984. Dengan kata lain, keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh *merchandise*, dengan setiap peningkatan 1% dalam *merchandise* berpotensi meningkatkan keputusan sebesar 0,427%.

4. Pada saat yang sama, pengaruh besar pada keputusan pembelian berasal dari *celebrity endorser*, fanatisme penggemar, dan *merchandise*. Dengan nilai signifikansi 0,001, kurang dari 0,05, hasil uji F mengungkapkan nilai F hitung sebesar 5,871, lebih tinggi dari F tabel sebesar 2,70. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kombinasi ketiga faktor tersebut.

## B. Saran

Sehubungan dengan penelitian yang telah peneliti lakukan dan berdasarkan temuan-temuan maka penulis memberikan saran kepada beberapa pihak terkait :

1. Bagi perusahaan PT. Lemonilo Indonesia Sehat

Berdasarkan hasil penelitian semua variabel dependen (*celebrity endorser*, fanatisme penggemar dan *merchandise*) secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu diharapkan kepada PT. Lemonilo Indonesia Sehat tetap terus mempertahankan dan meningkatkan promosi dengan cara menggaet selebrity yang terkenal di kalangan masyarakat dan memiliki banyak penggemar serta mempertahankan adanya *merchandise* yang menarik perhatian konsumen sasaran.

2. Bagi Konsumen

Untuk penggemar boygroup NCT Dream dalam membeli atau melakukan sesuatu harus sesuai dengan batasnya dan jangan berlebihan agar tidak merugikan diri sendiri.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, beberapa saran dapat dipertimbangkan untuk penelitian lebih lanjut yaitu:

- a. Faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian, seperti kualitas produk, biaya, atau pengalaman pelanggan, mungkin dimasukkan dalam studi di masa depan. Wawasan yang lebih menyeluruh tentang unsur-

unsur yang memengaruhi keputusan pembelian dapat diperoleh dengan memasukkan lebih banyak variabel.

- b. Menggunakan subjek penelitian yang berbeda dari NCTzen Indonesia dapat memberikan perspektif baru. Misalnya, peneliti dapat mengeksplorasi konsumen dari kelompok usia yang berbeda atau yang berada di wilayah geografis lain untuk melihat apakah hasilnya konsisten atau berbeda.
- c. Penelitian di latar yang berbeda, seperti pasar internasional atau kategori produk lain, dapat membantu untuk memahami apakah temuan dari penelitian ini dapat diterapkan secara lebih luas atau spesifik pada konteks yang berbeda.
- d. Penelitian jangka panjang dapat digunakan untuk lebih memahami bagaimana variabel yang memengaruhi keputusan pembelian dapat bervariasi dari waktu ke waktu.

