

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui adanya hubungan pengaruh iklan dan endorser terhadap keputusan pembelian pada body lotion herborist di kota Jepara melalui variabel intervening. Penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand awareness* pada produk body lotion herborist di kota Jepara. Oleh karena itu sebagai peningkatan *brand awareness* pada produk body lotion herborist maka perlu adanya perluasan penyebaran iklan, meningkatkan daya tarik iklan dan menciptakan iklan yang informatif sehingga konsumen terpengaruh untuk mencari sebuah produk dari *brand* itu sendiri.
2. Variabel *Endorser* dari seorang selebriti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *brand awareness* pada produk body lotion herborist. Oleh karena itu sebagai peningkatan *brand awareness* pada produk body lotion herborist maka perlu adanya kerja sama dengan para selebriti atau *influencer* yang terkenal, viral dan memiliki *followers* yang banyak sehingga konsumen mampu mengetahui dan mengenali produk dari sebuah brand yang sedang dipakai oleh *endorser* atau idolanya.
3. Variabel Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada produk body lotion herborist di kota Jepara. Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian maka perlu adanya peningkatan kualitas iklan, memberikan penayangan iklan yang informatif dan jelas sehingga calon pembeli memahami isi iklan termasuk menyesuaikan kebutuhannya.
4. Variabel *Endorser* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada body lotion herborist di kota Jepara . Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian pada produk body lotion herborist maka perlu adanya kerja sama yang baik dengan berbagai *endorser* terkenal, viral dan mempunyai pengikut yang banyak sehingga

- calon pembeli akan memiliki emosi yang sama untuk memiliki produk yang dipakai oleh idolanya.
5. Variabel *Brand awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian pada produk body lotion herborist maka perlu adanya peningkatan kesadaran merek dari konsumen terhadap *brand* berdasarkan logo, desain dan visi misi *brand* sehingga calon pembeli mampu mengenali, mengingat dan tetap memilih produk tersebut dari berbagai produk yang menjadi pilihan.
 6. Variabel Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian melalui *brand awareness* pada produk body lotion herborist di kota Jepara. Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian pada produk body lotion herborist melalui *brand awareness* maka perlu adanya peningkatan kualitas iklan berdasarkan logo, desain, warna yang menarik sehingga konsumen mampu mengenali dan mengingat sebuah *brand* sebagai bentuk *brand awareness* dan merasa terpengaruh untuk mengambil keputusan pembelian.
 7. Variabel *Endorser* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian melalui variabel *brand awareness* pada produk *body lotion* herborist. Oleh karena itu sebagai peningkatan keputusan pembelian pada produk body lotion herborist melalui *brand awareness* maka perlu adanya peningkatan kinerja para selebriti atau *influencer* dalam mempromosikan dan mengenalkan produk melalui video promosi dengan mengandalkan power dan keahlian yang di milikinya sehingga para konsumen mengetahui informasi dari produk dan melakukan keputusan pembelian.

B. Saran

Untuk penelitian selanjutnya terdapat beberapa saran dari peneliti yang bisa dijadikan bahan pertimbangan, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk peneliti terdapat keterbatasan dalam penelitian ini pada pengambilan jumlah variabel yang tidak cukup kompleks maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang belum dicantumkan dalam penelitian ini, sehingga dapat memberikan hasil dan

pengetahuan yang lebih luas kepada perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian khususnya dan kepada pelanggan umumnya.

2. Untuk perusahaan agar tetap menjaga kualitas produk dan memperluas penyebaran produk melalui iklan dan *endorser* untuk memperluas jaringan penyebaran produk body lotion herborist. Sehingga banyak calon pembeli yang menyadari merek (*brand awareness*) agar tetap memilih produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya

