

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah melakukan serangkaian pengujian dan perhitungan dari data primer yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner dari penelitian yang berjudul pengaruh *celebrity endorser*, dan *brand image* terhadap *purchase intention* pada *skincare* Avoskin di Kota Bogor, maka pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

*Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada *skincare* Avoskin di Kota Bogor, hal ini berarti dengan menggunakan *celebrity endorser* yang tepat dan disukai oleh konsumen dapat mempengaruhi peningkatan *purchase intention* (minat beli) konsumen pada *skincare* Avoskin.

*Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada *skincare* Avoskin di Kota Bogor, hal ini berarti *brand image* yang dimiliki Avoskin sangat positif dan baik di dalam benak konsumen yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi peningkatan *purchase intention* (minat beli) konsumen pada *skincare* Avoskin.

#### **B. Saran**

Terkait hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut.

## 1. Bagi perusahaan

Pada penelitian ini, peneliti juga memberikan saran agar *brand* Avoskin selalu memberikan promosi yang menarik dan mampu mempertahankan cara mempromosikan produk mereka dengan menggunakan *celebrity endoser* yang terkenal dan menarik bagi konsumen secara pengetahuan produk guna meningkatkan minat beli konsumen. Seperti yang terjadi pada data distribusi frekuensi dari jawaban responden pada pernyataan “saya yakin menggunakan produk avoskin karena refal hady endosernya” yang dimana hasil tersebut cukup rendah dibandingkan dengan pernyataan pada *celebrity endorser* lainnya, maka dari hal tersebut dapat di tingkatkan lagi dengan cara refal hady sebagai seorang endorser memberikan testimoni yang positif mengenai skincare avoskin sehingga konsumen merasa terinspirasi untuk menggunakan skincare Avoskin, dan juga refal hady dapat menunjukkan ketulusan dan kepercayaan terhadap kualitas skincare avoskin seperti menunjukkan hasil *before* dan *after* ketika menggunakan skincare Avoskin kepada konsumen melalui media sosial.

*Brand* Avoskin harus memperhatikan kapan *campaign* akan dilakukan sebaiknya dilakukan dengan memperhatikan tanggal tertentu seperti tanggal cantik yaitu 9.9, dan memberikan diskon yang menarik seperti diskon bundling, diskon setengah harga dan yang lainnya dengan memperhatikan hal tersebut dapat meningkatkan *purchase intention* dan antusiasme dari konsumen.

Selain berfokus pada *celebrity endorser* diharapkan *brand* Avoskin tetap mempertahankan *image* yang sudah positif di benak konsumen karena dengan memiliki *brand image* yang positif maka konsumen akan percaya pada *brand* Avoskin dan akan tetap membeli produk Avoskin, dengan mempertahankan *image* yang baik maka perusahaan akan dapat meningkatkan minat beli bahkan keputusan pembelian bagi konsumen pada *brand* Avoskin.

Seperti yang terjadi pada data distribusi frekuensi dari jawaban responden pada pernyataan “Avoskin adalah merek yang muncul dalam saya ketika mengingat sebuah merek skincare” yang dimana hasil tersebut cukup rendah dibandingkan dengan pernyataan pada *brand image* lainnya, maka dari hal tersebut dapat di tingkatkan lagi dengan cara meningkatkan inovasi produk seperti menyediakan berbagai skincare sesuai dengan jenis kulit tertentu seperti kulit sensitif, kulit oily dengan menyediakan skincare sesuai dengan kebutuhan konsumen, membuat konsumen memberikan respon dan ulasan yang positif mengenai skincare avoskin dan membuat calon konsumen merasa yakin untuk menggunakan skincare avoskin berdasarkan testimoni konsumen lainnya.. Karena semakin meningkatnya *image* yang baik pada *brand*, konsumen akan makin menyadari adanya *brand* Avoskin yang dimana memiliki kualitas yang baik.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dimasa yang akan datang, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan memperluas cakupan dalam penelitian ini dengan objek penelitian yang dapat diganti oleh peneliti selanjutnya mengenai skincare sejenis lainnya selain Avoskin.