

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif antara *celebrity endorsement* dan gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone Asus* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 46,088 + 0,329 X_1 + 0,221 X_2$. Koefisien *celebrity endorsement* (X_1) dan gaya hidup (X_2) bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *celebrity endorsement* dan gaya hidup dengan keputusan pembelian. *Celebrity Endorsement* dan gaya hidup untuk menjelaskan keputusan pembelian *Smartphone Asus* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta simultan yaitu 25,9% sedangkan sisanya 74,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
2. Terdapat hubungan yang positif antara *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian *Smartphone Asus* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 58,588 + 0,421 X_1$. Hal ini berarti jika *celebrity endorsement* (X_1) nilainya 0, maka Keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 58,588. Nilai koefisien

X_1 sebesar 0,421 yang berarti apabila *celebrity endorsement* (X_1) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,421 pada konstanta sebesar 58,588. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara *celebrity endorsement* dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat *celebrity endorsement* maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh *celebrity endorsement* sebesar 21,4% dan sisanya 78,6% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Terdapat hubungan yang positif antara gaya hidup dengan keputusan pembelian *Smartphone Asus* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 63,330 + 0,369 X_2$. Hal ini berarti jika Gaya hidup (X_2) nilainya 0, maka Keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 63,330. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,369 yang berarti apabila Gaya hidup (X_2) mengalami peningkatan sebesar 1 poin maka Keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,369 pada konstanta sebesar 63,330. Koefisien X_1 bernilai positif artinya terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan keputusan pembelian. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin meningkat gaya hidup maka semakin meningkat pula keputusan pembelian. Keputusan pembelian ditentukan oleh gaya hidup sebesar 15,3% dan sisanya 84,7% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* dan gaya hidup adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Celebrity Endorsement* dan gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan hasil rata – rata hitung skor masing – masing dimensi dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pembelian dengan indikator sikap dan sub indikator membeli barang yang diinginkan sebesar 12,77% dan dimensi yang memiliki skor terendah adalah dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan sebesar 12,30%

Dari hasil pengolahan data, *Asus* seharusnya menaruh perhatian lebih besar pada indikator yang rendah agar dilakukan perbaikan serta peningkatan untuk ke depannya, seperti dimensi terendah variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi yang memiliki skor terendah adalah dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersial dan sub indikator iklan, variabel *celebrity endorsement* dimensi terendahnya adalah dimensi menarik dengan indikator dikagumi dan untuk gaya hidup indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator teman. Selain itu, *Asus* harus tetap mempertahankan indikator yang mempunyai skor tinggi, sehingga keputusan pembelian pada *smartphone Asus* dapat terjadi.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan keputusan pembelian *Smartphone Asus* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta antara lain:

1. *Asus* sebagai produsen *smartphone* sebaiknya membuat rencana kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan *celebrity endorsement*, gaya hidup serta faktor lainnya, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk *smartphone Asus*.
2. *Asus* harus lebih sering menggunakan *celebrity endorsement*, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian pada produk *smartphone Asus*.
3. *Asus* sebaiknya membuat *smartphone* yang mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan konsumen, sehingga tercipta keputusan pembelian pada *smartphone Asus*.