

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan. Berikut kesimpulan yang diperoleh:

1. Berdasarkan analisis deskriptif diketahui *celebrity endorser* dapat dikatakan baik. Hal ini didukung oleh *celebrity endorser* wardah memiliki fisik, penampilan, *image* yang menarik, memiliki ketertarikan *makeup* dan dapat mempengaruhi konsumen untuk tertarik membeli produk Wardah. Kemudian analisis deskriptif minat beli dikategorikan tinggi. Hal ini didukung oleh minat transaksional karena konsumen mempertimbangan untuk membeli produk wardah, lalu minat eksploratif karena konsumen mencari informasi tentang produk wardah, dan minat refrensial karena konsumen merekomendasikan produk wardah karena kemasannya yang cukup menarik.
2. Ada pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli produk Wardah. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh tersebut sebesar 29% sedangkan sebesar 71% dipengaruhi variabel lainnya seperti: *brand image*, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disimpulkan adalah:

1. Untuk Pengguna

Pengguna tidak perlu ragu untuk memilih produk Wardah sebagai produk *makeup* karena penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli dari produk Wardah baik selain produknya yang aman digunakan, variasi dari *makeup* Wardah sangat banyak dan juga halal.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama, disarankan untuk menggunakan variabel independen lainnya selain *celebrity endorser* seperti brand image, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.