

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
3. Keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Hanasui di *online shop* Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

#### **5.2 Implikasi Teoritis**

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi empiris yang menjelaskan pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni dan keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat menjadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi Teoritis dalam penelitian ini adalah.

- a. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian di Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh Parengkuan (2014:9), setiap kenaikan nilai dari *celebrity endorsement* maka keputusan pembelian konsumen juga akan mengalami peningkatan. Melalui penggunaan *celebrity endorsement*, pemasar dapat menciptakan brand serta dapat mempengaruhi keputusan konsumen sehingga konsumen akan lebih tertarik dalam menggunakan produk. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Anisa Suvero Syar, Muhammada Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda (2020) yang menyimpulkan bahwa *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- b. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang di sampaikan oleh Griffith (2011:68) Testimoni membantu konsumen dalam membuat keputusan untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan dan pastikan ketika memasang testimonial konsumen mengizinkannya. Tipe konsumen yang dibutuhkan adalah mereka yang menyatakan betapa puasny dengan bisnis, produk, atau jasa. Penelitian yang dilakukan Anisa Suvero Syar, Muhammada Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda (2020) juga menunjukkan bahwa testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- c. Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang disampaikan oleh Nuseir et. all (2010) menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor yang paling mempengaruhi konsumen ketika memutuskan membeli secara *online*. Penelitian yang dilakukan Anisa Suvero Suyar, Muhammada Fauzan Azhmy, Lilis Yolanda (2020) juga menunjukkan bahwa kamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan teori dan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka *celebrity endorsement*, testimoni dan keamanan transaksi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan *celebrity endorsement* membantu menarik minat konsumen pada produk yang diiklankan, sehingga konsumen lebih tertarik melakukan pembelian pada produk tersebut. Adanya testimoni membuat konsumen menjadi lebih percaya dengan kualitas dan keunggulan dari produk yang diminati yang nantinya akan mengarah pada keputusan pembelian, serta dengan adanya kemudahan transaksi membuat konsumen menjadi lebih percaya dan merasa aman dalam melakukan keputusan pembelian secara *online* di shopee. Oleh karena itu ketiga variabel tersebut memiliki dampak untuk terciptanya keputusan pembelian.

### **5.3 Implikasi Terapan**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut :

#### **1. Bagi Konsumen**

- a. Variabel *Celebrity endorsement* pada Shopee berada dikategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator variabel *celebrity endorsement* memiliki nilai indeks yang tinggi maka perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.
- b. Variabel Testimoni pada shopee berada dikategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator variabel testimoni memiliki nilai indeks yang tinggi maka perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.
- c. Variabel Keamanan transaksi pada shopee berada dikategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator variabel keamanan transaksi memiliki nilai indeks yang tinggi maka perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan.

#### **2. Bagi peneliti selanjutnya**

Saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya agar meneliti lebih jauh lagi tentang indikator testimoni, hal ini dikarenakan rata-rata indeks pada variabel testimoni masih dalam kategori sedang.