

## BAB V

### SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *celebrity endorser*, *event sponsorship*, dan kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian Oppo *smartphone* melalui citra merek sebagai pemediasi pada pengguna Oppo *smartphone* di kota Yogyakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap citra merek. Hasil ini menandakan bahwa semakin baik peran *celebrity endorser* di mata konsumen maka akan semakin baik citra merek yang terbangun di benak konsumen terhadap suatu produk.
2. *Event sponsorship* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan, artinya tidak memiliki pengaruh terhadap citra merek. Hasil ini menandakan bahwa tidak semua *event* dapat mempengaruhi terbangunnya citra merek di benak konsumen.
3. Kualitas persepsian memiliki pengaruh positif signifikan terhadap citra merek. Hasil ini menandakan bahwa semakin baik kualitas persepsian suatu produk di benak konsumen maka akan semakin baik citra merek yang terbangun.
4. Citra merek memberikan pengaruh yang paling tinggi untuk keputusan pembelian. Citra merek memiliki pengaruh yang positif signifikan

terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menandakan bahwa semakin baik citra merek yang melekat di benak konsumen maka semakin meningkatkan keputusan pembelian suatu produk.

5. *Celebrity endorser* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menandakan bahwa semakin baik peran *celebrity endorser* di mata konsumen cenderung akan membuat keputusan pembelian semakin meningkat.
6. *Event sponsorship* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan, artinya tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menandakan bahwa tidak semua *event* dapat meningkatkan keputusan pembelian suatu produk.
7. Kualitas persepsian memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menandakan bahwa semakin baik kualitas persepsian di mata konsumen cenderung akan membuat keputusan pembelian semakin meningkat.
8. Citra merek dapat memediasi *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian akan lebih baik jika melalui citra merek.
9. Citra merek tidak dapat memediasi *event sponsorship* terhadap keputusan pembelian karena hasil penelitian menunjukkan positif tetapi tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa tidak adanya *event* terhadap

penjualan produk sebuah perusahaan sebenarnya juga mampu mendongkrak penjualan produk tersebut.

10. Citra merek dapat memediasi kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian akan lebih baik jika melalui citra merek.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat keterbatasan pada penelitian ini, yang meliputi:

1. Variabel dalam penelitian ini hanya terbatas pada *celebrity endorser*, *event sponsorship*, kualitas persepsian, dan citra merek terhadap keputusan pembelian sehingga masih belum mampu menggambarkan pengaruh terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan. Ini dikarenakan mengukur keputusan pembelian masih bisa diukur dengan berbagai variabel dan aspek-aspek lainnya.
2. Subjek dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengguna Oppo *Smartphone* di kota Yogyakarta.

## **C. Saran**

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan:

1. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan objek *smartphone* lainnya untuk melihat perbandingan faktor bauran komunikasi pemasaran lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel responden.
3. Penelitian selanjutnya menambahkan variabel persepsi harga. Penambahan variabel persepsi harga dilakukan karena terdapat temuan bahwa konsumen mantap melakukan pembelian dikarenakan persepsi harga produk yang terjangkau.