

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan bab-bab diatas maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parial terdapat pengaruh *Celeberity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pegaruhnya adalah sebesar 17,30%.
2. Secara parial terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pegaruhnya adalah sebesar 18,56%.
3. Secara parial terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pegaruhnya adalah sebesar -1,19%.
4. Secara simultan terdapat pengaruh *Celeberity Endorser*, *Brand Image* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Evolene di Gym Kota Sungai Penuh dan besar pegaruhnya adalah sebesar 34,7%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perhitungan nilai TCR maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel keputusan pembelian terdapat pertanyaan dengan nilai TCR terendah yaitu tentang “Saudara membeli produk Evolene di Sungai Penuh

kerena adanya kualitas produk yang baik” yaitu sebesar 79,25 %, maka dari itu dapat disarankan agar pihak produsen Evolene dapat meningkatkan mutu produk agar dapat tahan lebih lama, karena pengiriman produk dari pusat sampai ke Kota Sungai Penuh membutuhkan waktu yang lama.

2. Pada variabel *Celebrity Endorser* terdapat pertanyaan dengan nilai TCR terendah yaitu tentang “Saya memiliki kecocokan dengan karakteristik selebriti dalam iklan *Evolene*.” yaitu sebesar 73,50% berada pada kondisi Cukup Baik. Maka dapat disarankan bagi pihak Evolene dapat menambahkan jumlah selebriti yang akan di jadikan sebagai ambasador produk terebut yang dapat menjangkau semua kalangan konsumen.
3. Pada variabel *Brand Image* terdapat pertanyaan dengan nilai TCR terendah yaitu tentang “*Evolene* di konsumsi oleh semua kalangan” yaitu sebesar 78,50% berada pada kondisi Cukup Baik. Maka dapat disarankan pada pihak evolene dapat menciptakan jenis produk yang dapat dikonsumsi oleh umum untuk membantu menjaga kebugaran tubuh konsumen.
4. Pada variabel gaya hidup terdapat pertanyaan dengan nilai TCR terendah yaitu tentang “Saya memilih produk Evolene di Sungai Penuh karena banyak variannya” yaitu sebesar 75,25% berada pada kondisi Cukup Baik. Maka dapat disarankan pihak evolene dapat menciptakan jenis rasa terbaru agar konsumen tidak merasa bosan dengan varian rasa yang sama.