

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab III, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Deskriptif Umum Penelitian

Biasanya hal yang dipertimbangkan seorang konsumen ketika ingin membeli sesuatu adalah mereka percaya terhadap pesan yang disampaikan oleh *celebrity endorser* dari *brand* tertentu. *Celebrity endorser* merupakan pondasi dalam sebuah strategi karena konsumen akan tertarik membeli suatu produk jika suatu *brand* mempunyai testimoni terhadap produknya yang dapat dipercaya oleh para calon konsumen. Selain pengaruh *celebrity endorser* untuk memunculkan minat beli konsumen, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen seperti harga produk, *brand* dari suatu produk, kualitas produk dan yang lainnya. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen.

2. Hasil Analisis Statistik

Dari hasil analisa statistik dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang positif antara variabel *celebrity endorser* dengan variabel minat beli konsumen dapat dilihat sebagai berikut:

- a. *Celebrity endorser* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan koefisien regresi sebesar 0,680 dan nilai signifikan thitung sebesar 0,000 ($\text{sig} < 0,05$). Nilai thitung yang didapat lebih besar dari ttabel yaitu $6,709 > 1,987$. dari penelitian ini dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara *celebrity endorser* dengan minat beli konsumen produk Erigo Store.
- b. Besarnya *adjusted R²* pada penelitian ini sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh *celebrity endorser* sebesar 31.5% sedangkan sisanya sebesar 68.5% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut saran untuk peneliti selanjutnya:

1. Bagi Konsumen dalam melakukan proses pembelian suatu barang, konsumen harus memperhatikan hal-hal yang terkait dengan produk yang akan kita beli. Juga menetapkan dan menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk harga, merek dan lain – lain pada saat pembelian. Konsumen dalam menentukan pilihan dengan melihat berbagai aspek yang ada.
2. Bagi peneliti lain yang akan mengembangkan penelitian ini, sebaiknya menggunakan variable-variabel lain yang tidak digunakan didalam penelitian ini. Hal ini karena agar dapat diketahui secara spesifik variable apa yang paling mempengaruhi minat beli konsumen produk Erigo Store.