

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya mengenai “Pengaruh *Celebrity Endorser* Suhay Salim terhadap Minat Beli Produk *Pixy Make It Glow*”, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel *Celebrity Endorser* semua indikator masuk dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil Analisis Deskriptif bahwa variabel *Celebrity Endorser* dengan responden 100 orang memperoleh nilai rata-rata sebesar 91,2% dengan jawaban Setuju 52,6% dan Sangat Setuju 38,6%. Sedangkan pada variabel Minat Beli semua indikator juga masuk dalam kategori baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil Analisis Deskriptif bahwa variabel Minat Beli dengan responden 100 orang memperoleh nilai rata-rata sebesar 92% dengan jawaban Setuju 52% dan Sangat Setuju 40%.
2. *Celebrity Endorser* mempunyai pengaruh terhadap minat beli pada produk *Pixy Make It Glow*. Terbukti dari hasil analisis regresi diperoleh garis regresi  $Y = 30,491 + 0,355X$ . Nilai konstanta dalam persamaan regresi tersebut adalah sebesar 30,491 yang berarti jika *Celebrity Endorser* (X) bernilai nol (0) maka Minat Beli (Y) akan bernilai 30,491 dan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,355 berarti jika *Celebrity Endorser* (X) meningkat sebesar 1% maka nilai Minat Beli (Y) akan bertambah sebesar 35,5 % (0,355).

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasinya adalah 0,211 yang berarti 21,1% variasi pada variabel dependen minat beli dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen *Celebrity Endorser*. Sedangkan sisanya 78,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dapat menjadi masukan untuk mengevaluasi kegiatan pemasaran produk demi meningkatkan keuntungan baik materi ataupun non materi namun tetap tidak memberatkan atau merugikan konsumen. Sebaiknya pula perlu ada pembaruan dalam promosi yang dilakukan Pixy dengan menggunakan *Celebrity Endorser* agar hasil lebih maksimal dan produk Pixy lebih berkembang dengan cepat.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dalam topik sejenis, diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan, khususnya terkait faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli pada produk Pixy Make It Glow. Selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dalam penelitian bidang ilmu pemasaran khususnya mengenai *Celebrity Endorser*, semoga dapat lebih mengeksplor topik maupun masalah penelitian yang lebih luas.