

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan tentang pengaruh *celebrity endorser* terhadap niat bertransaksi *online* di Bukalapak, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel (X) *celebrity endorser* dapat dikatakan baik. Hal tersebut dapat dikatakan baik dikarenakan presentase total rata-rata responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebesar 80,45%.
2. Berdasarkan analisis deskriptif, variabel (Y) niat bertransaksi *online* dapat dikatakan cukup baik. Hal tersebut dapat dikatakan cukup baik dikarenakan presentase total rata-rata responden yang menjawab setuju dan sangat setuju sebesar 57,3%.
3. Berdasarkan uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan adanya hasil positif dan signifikan antara *celebrity endorser* terhadap niat bertransaksi *online*. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikansi (sig) < 0,05 yaitu sebesar 0,00.

B. Saran

Berdasarkan analisa data, pembahasan serta hasil yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka saran yang peneliti ingin sampaikan yaitu :

1. Bagi Bukalapak

Demi meningkatkan minat transaksional pada Bukalapak, akan lebih baik jika Bukalapak lebih intens dalam memberikan promo-promo baik secara langsung ataupun dengan memberikan point di tiap transaksi konsumen, agar

konsumen merasa ingin terus bertransaksi di Bukalapak tidak hanya untuk saat ini namun untuk jangka yang akan panjang.

2. Bagi mahasiswa

Mahasiswa tidak perlu ragu untuk memilih produk Bukalapak, karena hasil dari penelitian ini dibuktikan bahwa Bukalapak saat ini memiliki cukup banyak peminat

3. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian seperti ini, disarankan untuk memilih dan meneliti variabel lain selain *celebrity endorser*, yang mempengaruhi niat bertansaksi *online*, misalnya seperti citra merek, keamanan bertransaksi, atau inovasi.