

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan menganalisis data-data hasil penelitian maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Pada *Attractiveness* nilai sig ( $\alpha$ ) sebesar  $0.162 > 0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Attractiveness* (Daya tarik) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kartu Perdana XL di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Yang berarti Luna Maya tidak memiliki daya tarik untuk mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Kartu Perdana XL. Daya tarik yang dimaksud adalah Luna Maya terlihat menarik, berkelas, cantik, elegan dan seksi.
2. Pada *Trustworthiness* nilai sig ( $\alpha$ ) sebesar  $0.035 \leq 0.05$ . Dapat disimpulkan bahwa *Trustworthiness* (Kejujuran) berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Kartu Perdana XL di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Ini berarti model iklan Luna Maya dapat dipertahankan, dipercaya dan diandalkan sebagai model iklan Kartu Perdana XL.
3. Pada *Expertise* (Keahlian) sebesar Nilai sig ( $\alpha$ ) sebesar  $0.140 > 0.05$ . Maka dapat disimpulkan *Expertise* (Keahlian) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kartu Perdana XL di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Ini berarti model iklan Luna Maya tidak memiliki keahlian, pengalaman dan pengetahuan, yang memadai tentang Kartu Perdana XL.

4. Penggunaan Selebriti Endorser (Luna Maya) mempengaruhi minat beli konsumen Kartu Perdana XL sebesar 11.9% sedangkan sisanya sebesar 88.1% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membeli Kartu Perdana XL karena Luna Maya dianggap dapat dipercaya, diandalkan dan menyampaikan pesan iklan Kartu Perdana XL dengan jujur.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti ingin menyampaikan saran untuk penggunaan selebriti endorser (Luna Maya) dalam usaha mempengaruhi minat beli konsumennya:

1. Perusahaan harus memperhatikan penampilan seorang selebriti endorser dengan penampilan yang baik maka daya tarik yang dipancarkan seorang selebriti endorser akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu produk.
2. Perusahaan harus memperhatikan keahlian yang dimiliki oleh seorang selebriti endorser dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk, agar produk yang diiklankan terkesan baik dan model iklan yang digunakan layak menjadi model iklan produk tersebut.
3. Perusahaan juga harus memperhatikan sisi unik yang terdapat dalam seorang selebriti endorser, sehingga dapat menciptakan iklan yang unik, kreatif serta berkesan dimata konsumen.