

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang Pengaruh *Celebrity Endorsers* (Aura Kasih) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Minuman Frestea Green My Body di Sekitar Universitas Kristen Maranatha Bandung, dapat diambil simpulan sebagai berikut

Secara parsial variabel *Attractiveness*, *Trustworthiness*, *Expertise* berpengaruh signifikan terhadap minat beli. *Attractiveness* X1 secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien beta sebesar 0,258 dengan tingkat signifikan 0,007, *Trustworthines* X2 secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien beta sebesar 0,313 dengan tingkat signifikan 0,000, *Expertise* X3 secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien beta sebesar 0,266 dengan tingkat signifikan 0,003.

Secara Silmultan peran Aura Kasih di dalam penayangan iklan Frestea Green My Body di Televisi sudah cukup baik, dimana tujuan manajemen menggunakan Aura Kasih dalam iklan Frestea Green My Body memberikan pengaruh sebesar 40,1% terhadap minat beli, yang berarti konsumen membeli Frestea Green My Body, Karena Aura Kasih dipercaya sebagai orang dalam iklan Frestea Green My Body dan figure Aura Kasih yang terkenal. Sedangkan sisanya 59,9% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti : Kualitas Barang, Selera Konsumen, Pelayanan Terhadap Pelanggan, Persaingan Menurunkan Harga Jadi, dan Harga.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada simpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengguna *Celebrity Endorsers* dalam usaha meningkatkan minat beli konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan jawaban dari pertanyaan tentang *Attractiveness*, *Trustworthiness*, dan *Expertise* kebanyakan responden yang menjawab setuju dengan Aura Kasih sebagai Bintang iklan Frestea Green My Body. Jadi Aura Kasih layak dipertahankan dalam iklan Frestea Green My Body, selama Aura Kasih masih memiliki kepercayaan dari masyarakat.
2. Sebaiknya perusahaan selalu melakukan pembaharuan terhadap iklan dari produknya dan tidak selalu menggunakan selebriti yang sama, selain itu perusahaan juga sebaiknya dapat membuat iklan baik iklan media cetak maupun elektronik, hal itu dilakukan agar iklan tersebut dapat dijangkau oleh seluruh kalangan dan jangan selalu menggunakan selebriti yang sama di setiap iklannya sehingga para konsumen tidak merasa bosan.
3. Perusahaan juga harus dapat membuat iklan Frestea Green My Body lebih kreatif dan memiliki ciri khas dalam iklannya, sehingga memudahkan konsumen untuk mengingat pesan yang terdapat dalam iklan.