

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu hubungan *Celebrity Endorser* sebagai penyampaian pesan iklan dengan minat beli konsumen pada produk Clear Soft and Shiny, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attractiveness* (daya tarik)

Selain mempunyai penampilan fisik menarik, Sandra Dewi sebagai model iklan Clear Soft and Shiny ini juga mempunyai kepribadian khas dan menarik sehingga responden menyukai Sandra Dewi. Semua efektifitas Sandra Dewi dapat menarik perhatian pemirsa dalam hal ini konsumen yang dituju, sehingga dapat menciptakan kesadaran akan keberadaan produk dan berkembang menjadi kesadaran akan merek, yang akhirnya mempengaruhi minat dan mendorong sikap untuk mencoba atau membeli Clear Soft and Shiny.

Penggunaan *Celebrity Endorser* (Sandra Dewi) ini dalam iklan Clear Soft and Shiny cukup dapat menarik perhatian pemirsa iklan (dalam hal ini responden), walaupun unsur *Attractiveness, Trustworthiness, dan Expertise* dari *Celebrity Endorser* masih harus ditingkatkan.

Dilihat dari pembahasan pada bab IV maka, dapat diketahui bahwa responden lebih banyak menjawab Setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sandra Dewi mempunyai daya tarik fisik yang mendukung dan dapat dikatakan sebagai model iklan yang menarik.

## Bab V Kesimpulan dan Saran

---

### 2. *Trustworthiness* (kepercayaan)

Mengacu pada kecenderungan untuk percaya kepada seseorang. *Trustworthiness* yaitu kelayakan suatu *endorser* untuk dipercaya, melalui kebenaran isi pesan yang disampaikan. Kebenaran isi pesan dapat dilihat berdasarkan kesaksian Sandra Dewi dalam menceritakan pengalamannya setelah menggunakan Clear Soft and Shiny, sehingga dapat dipercayai bahwa isi pesan tersebut dapat dipercaya. Selain itu produk Clear Soft and Shiny dapat diperoleh dimana saja. Ditunjang dengan adanya keyakinan konsumen akan Sandra Dewi tersebut sebagai pengguna produk Clear Soft and Shiny.

Dilihat dari pembahasan pada bab IV maka, dapat diketahui bahwa responden lebih banyak menjawab, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sandra Dewi dapat dipercaya dalam mengiklankan produk Clear Soft and Shiny dan dapat dikatakan sebagai model iklan yang jujur.

### 3. *Expertise* (keahlian)

Hal ini mengacu pada keahlian, pengetahuan Sandra Dewi yang cukup mengenai produk sehingga menunjang kebenaran kesaksian dari *endorser* yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini dapat dilihat dari perolehan kuesioner dimana para responden lebih banyak menjawab Setuju.

Dilihat dari pembahasan pada bab IV maka, dapat diketahui bahwa responden lebih banyak menjawab Setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa Sandra Dewi mempunyai keahlian untuk mengiklankan produk Clear Soft and Shiny.

## Bab V Kesimpulan dan Saran

---

4. Dari hasil secara keseluruhan menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* dalam iklan Clear Soft and Shiny mempunyai hubungan yang positif. Ini berarti menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti antara *Celebrity Endorser* dengan minat beli konsumen. Artinya unsur-unsur dari *Celebrity Endorser* (*Attractiveness, Trustworthiness, Expertise*) cukup mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga Sandra Dewi dapat diterima konsumen sebagai model iklan Clear Soft and Shiny yang baik.
5. Penggunaan celebrity endorser masih tetap menjadi pilihan strategi pemasaran yang menjanjikan terlepas dari segala keunggulan dan kelemahannya. Masyarakat akan selalu membutuhkan figur panutan yang bisa dikagumi dan dicontoh.

### 5.2. Saran

1. Jika perusahaan menggunakan konsep *Celebrity Endorser*, maka diperlukan pemilihan yang tepat sehingga meningkatkan kredibilitas seorang *endorser*. Selain itu isi pesan yang disampaikan ini perlu mempertimbangkan dan memahami faktor psikologis (seperti reaksi emosional) sehingga konsumen dapat memahami arti pesan yang diterima, sehingga isi pesan lebih dipercaya. Selain itu isi pesan itu sebaiknya memberikan informasi yang cukup mengenai pengetahuan produk.
2. Melihat semakin maraknya iklan yang menggunakan konsep *Celebrity Endorser*, agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, maka bukan hanya unsur *Attractiveness* yang harus dipertimbangkan, namun juga unsur *trustworthy* dan *expertise* yang cukup tinggi.