

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada Bab IV di muka, maka dapat ditarik kesimpulan penelitian, yaitu :

1. *Attractiveness* artis Maudy Koesnaedy mempengaruhi minat beli konsumen pada produk *body lotion* Citra di lingkungan Universitas Kristen Maranatha sebesar 50,30% sedangkan 49,70% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
2. *Trustworthiness* artis Maudy Koesnaedy mempengaruhi minat beli konsumen pada produk *body lotion* Citra di lingkungan Universitas Kristen Maranatha sebesar 30,20% sedangkan 69,80% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
3. *Expertise* artis Maudy Koesnaedy mempengaruhi minat beli konsumen pada produk *body lotion* Citra di lingkungan Universitas Kristen Maranatha sebesar 64,00% sedangkan 36,00% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
4. Secara keseluruhan artis Maudy Koesnaedy mempengaruhi minat beli konsumen di lingkungan Universitas Kristen Maranatha sebesar 96,80% sedangkan 3,20% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Besarnya angka yang mempengaruhi minat beli

konsumen terhadap produk *body lotion* Citra, menunjukkan bahwa artis Maudy Koesnaedy dipercaya oleh konsumen dalam mengiklankan produk tersebut. Hal ini terbukti bahwa artis Maudy Koesnaedy mampu mempengaruhi minat beli konsumen dan layak sebagai *celebrity endorsers* dari produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan 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. Sebaiknya perusahaan selalu melakukan pembaharuan terhadap iklan dari produknya dan tidak selalu menggunakan selebriti yang sama. Ataupun jika artis Maudy Koesnaedy dirasa sudah memenuhi standarisasi sebagai *celebrity endorsers* produk *body lotion* Citra, tidak ada salahnya menggunakan artis lainnya yang lebih menarik atau yang dirasa dapat mewakili *icon* dari produk *body lotion* Citra.
2. Dalam memilih artis yang akan digunakan sebagai *celebrity endorsers*, sebaiknya tidak asal memilih hanya karena ketenarannya semata, tetapi perlu dilihat dari prestasi dan *image* yang dimilikinya di benak masyarakat.
3. Promo-promo seperti Rumah Cantik Citra sebaiknya terus diadakan dan penempatannya diperluas tidak terbatas hanya di kota-kota yang sudah ada sekarang.

5.3 Kelemahan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, antara lain :

1. Iklan *body lotion* Citra yang dibintangi oleh artis Maudy Koesnaedy ini sudah mulai jarang muncul di televisi.
2. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, sehingga responden yang diteliti sangat terbatas jumlahnya.