

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Celebrity Endorser (Nidji) pada PT Astra Honda Motor terhadap minat beli konsumen sebagai berikut :
 - a. Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang menggunakan media tertentu dan memiliki jangka waktu. Kegiatan periklanan merupakan salah satu kegiatan yang sering digunakan. Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan seperti *flyer*, brosur, poster, billboard, media elektronik seperti radio dan televisi.
 - b. Kegiatan *sales promotion* yang dilaksanakan PT Astra Honda Motor berupa *Road show* dimana *Road show* ini terdapat ujicoba terhadap motor revo, agar para konsumen tertarik dengan motor keluaran PT Astra Honda Motor. Selain itu juga acara *road Show* ini dihadiri oleh Nidji sebagai salah satu endoser (bintang iklan) Produk Honda Absolute Revo. Inilah salah satu daya tarik dimana pengunjung datang bukan hanya sekedar melihat artis pujaan mereka tetapi juga mencari info motor Revo dan membelinya.
2. Tanggapan konsumen terhadap celebrity endorser (Nidji) dalam iklan Honda Revo sebagai berikut:

Grup band Nidji sangat menarik, sehingga dapat membuat daya tarik terhadap calon konsumen untuk membeli.

3. Besar pengaruh celebrity endoser (nidji) pada PT. Astra Honda Motor terhadap minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel di atas sebesar nilai *R Square* yaitu $0.423 \times 100\% = 42.3\%$. Artinya faktor pengambilan keputusan sebesar 0.423 atau 42.3% dipengaruhi oleh faktor celebrity endoser, sedangkan sisanya sebesar 57.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah penulis lakukan, maka penulis berusaha mengemukakan saran – saran, yaitu :

1. Melihat hasil Celebrity Endorser (Nidji) pada PT Astra Honda Motor terhadap minat beli konsumen melihat nilai “r” berarti minat belidominan dipengaruhi oleh celebrity endoser, yang selama ini dilakukan yaitu melalui iklan dan *sales promotion*. Untuk itu PT Astra Honda Motor harus melihat dan terus berinovasi agar konsumen tidak terlalu jenuh pada celebrity endoser.
2. PT Astra Honda Motor harus lebih meningkatkan cara menampilkan iklan media elektronik secara lebih spektakuler.