

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Peneliti melakukan penelitian ini dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* (Sandra Dewi) terhadap minat beli pada iklan Pond's *flawless white BB cream*. Maka, peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh *celebrity endorser* (Sandra Dewi) terhadap minat beli pada iklan Pond's *flawless white BB cream*.
- Pengaruh *celebrity endorser* (Sandra Dewi) terhadap minat beli pada iklan Pond's *flawless white BB cream* adalah sebesar 0,184 atau 18,4%, sedangkan sisanya 81,6% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas, kegunaan, harga, merek, kemasan dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa *Celebrity endorser* memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap minat beli pada iklan Pond's *flawless white BB cream*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mempunyai keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- Keterbatasan waktu karena penelitian ini hanya berlangsung cukup singkat kurang lebih 4 bulan.
- Keterbatasan responden karena peneliti hanya mempunyai 90 responden.

5.3 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

- Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan responden yang lebih luas dan banyak lagi adapun diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menambah variabel lain yang dapat memengaruhi minat beli konsumen.
- Sekiranya faktor lain seperti kegunaan, kualitas, harga, merek, kemasan dan lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini dapat diperhatikan oleh perusahaan. Karena hasil menunjukkan masih tersisa 81,6% dipengaruhi oleh faktor lain.
- *Celebrity endorser* yang diterapkan pada iklan Pond's *flawless white BB cream* agar dapat lebih menarik lagi guna dalam menarik perhatian dan minat beli konsumen.