

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *Celebrity Endorsers* (Valentino Rossi) terhadap minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter MX dan dari hasil pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attractiveness*

Sebanyak 43,67% responden menjawab setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa Valentino Rossi mempunyai daya tarik fisik yang mendukung dan dapat dikatakan sebagai model iklan yang menarik. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter MX.

2. *Trustworthiness*

Sebanyak 38,67% responden menjawab setuju, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden percaya kepada Valentino Rossi untuk menyediakan informasi dan dengan cara jujur. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter MX.

3. *Expertise*

Sebanyak 36% responden menjawab setuju , sehingga dapat disimpulkan bahwa Valentino Rossi mempunyai keahlian untuk mengiklankan Yamaha Jupiter MX. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter MX.

4. Secara keseluruhan peran Valentino Rossi di dalam penayangan iklan Yamaha Jupiter MX di Televisi sudah cukup baik, dimana tujuan manajemen Yamaha Jupiter MX menggunakan Valentino Rossi dalam iklan Yamaha Jupiter MX memberikan pengaruh sebesar 11% terhadap minat beli, yang berarti konsumen membeli Yamaha Jupiter MX karena Valentino Rossi dipercaya sebagai orang yang dapat dipercaya menggunakan Yamaha Jupiter MX dan figur Valentino Rossi yang terkenal. Sedangkan sisanya 89% di pengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Sehingga Valentino Rossi dapat diterima konsumen sebagai model iklan Yamaha Jupiter MX yang baik.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan atas analisis hasil penelitian, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna dalam usaha penggunaan *Celebrity Endorsers* dalam usaha meningkatkan minat beli.

1. Pemasar harus berhati-hati dalam memilih *Celebrity Endorsers*. *Celebrity Endorsers* yang dipilih harus mempunyai latar belakang baik dan mempunyai citra yang positif di mata konsumen sehingga tidak merusak *image* perusahaan di kemudian hari. Sebagai contoh kasus skandal pegolf nomor satu dunia Tiger Woods. Tiger Woods diberitakan selingkuh dengan beberapa orang wanita, padahal ia telah mempunyai seorang istri. Hal ini tentunya membuat konsumen mempunyai pandangan yang negatif terhadapnya, sekaligus merusak *image* perusahaan yang telah memakai dia sebagai *Celebrity Endorsers*.
2. Jika pemasar ingin memakai *Celebrity Endorsers* yang lain dalam iklan Jupiter MX selanjutnya, maka disarankan untuk mencari *Celebrity Endorsers* yang memiliki *expertise* yang baik karena berdasarkan penelitian ini nilai *expertise* yang dimiliki oleh Valentino Rossi memiliki nilai yang paling rendah dari nilai kredibilitas yang lain.