

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *celebrity endorsers* terhadap minat beli kartu Perdana IM3 pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pemilihan seorang artis yang akan dijadikan *endorsers* model suatu produk iklan haruslah diseleksi dengan tepat. Karena mereka yang akan membuat produk dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat diharapkan akan memakai produk tersebut dengan royal dan membuat suatu citra yang baik bagi perusahaan produk tersebut.
2. *Attractiveness* Aldi Fairuz sebagai *endorsers* kartu Perdana IM3 mempengaruhi minat beli konsumen yang berjumlah 20,5% . dari hasil penelitian, konsumen menyukai Aldi Fairuz karena Ia terlihat menarik dimata konsumen.
3. *Trustworthiness* Aldi Fairuz sebagai *endorsers* kartu Perdana IM3 cukup mempengaruhi minat beli konsumen terhadap kartu Perdana IM3 sebesar 16,9% . Yang berarti pesan yang disampaikan pada iklan kartu Perdana IM3 yang dibintangi Aldi Fairuz dianggap dapat dipercaya oleh konsumen.
4. *Expertise* Aldi Fairuz sebagai *endorsers* kartu Perdana IM3 mempengaruhi minat beli konsumen kartu Perdana IM3. Hal ini dapat dilihat dari jumlah 22,4%

yang menyatakan bahwa Aldi Fairuz memiliki kemampuan atau keahlian sebagai *endorsers* dalam mengiklankan kartu Perdana IM3.

5. Secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Aldi Fairuz sebagai *celebrity endorsers* dari kartu Perdana IM3 dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 26,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan – kesimpulan tersebut, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna dalam penggunaan *celebrity endorsers* dalam meningkatkan minat beli konsumen:

1. Disarankan perusahaan dapat mencari model iklan lain yang dirasa menarik atau mungkin yang saat ini sedang ‘naik daun’ sehingga masyarakat akan lebih tertarik untuk melihat iklannya dan diharapkan akan membeli produknya juga.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya adalah :

1. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa dan mahasiswi yang berada di Fakultas Ekonomi sehingga tidak dapat mewakili seluruh konsumen kartu Perdana IM3, serta *sample* yang diteliti sangat terbatas jumlahnya.
2. Responden yang diteliti sebagian besar memilih netral sehingga responden merasa kesulitan untuk mengetahui minat beli konsumen yang berada di Fakultas Ekonomi Maranatha.