

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu pengaruh *Celebrity Endorser* sebagai penyampaian pesan iklan terhadap minat beli konsumen pada produk kecantikan Pond's Flawless White, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attractiveness* (daya tarik)

Selain mempunyai penampilan fisik yang menarik, Bunga Citra Lestari juga memiliki kepribadian yang khas dan berkelas, menarik dan memiliki kemampuan untuk disukai. Terbukti dari pendapat para responden di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang mayoritas menjawab setuju bahwa Bunga Citra Lestari memiliki daya tarik fisik , tetapi tidak cukup kuat untuk menciptakan kesadaran akan keberadaan produk dan berkembang menjadi kesadaran akan merek , yang akhirnya mempengaruhi minat dan mendorong sikap untuk membeli dan menggunakan produk kecantikan Pond's Flawless White. Itu semua terbukti dari pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa *Attractiveness celebrity endorsers* (Bunga Citra Lestari) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen.

2. *Trustworthiness* (kepercayaan)

Trustworthiness memiliki pemahaman kelayakan suatu *endorser* untuk dipercaya, melalui kebenaran isi pesan yang disampaikan. Kebenaran isi pesan dapat dilihat berdasarkan kesaksian Bunga Citra Lestari dalam

menceritakan pengalamannya saat menggunakan Pond's Flawless White, sehingga dapat dipercayai bahwa isi pesan tersebut adalah suatu yang dapat dipercaya. Ditunjang dengan adanya keyakinan konsumen akan Bunga Citra Lestari sebagai pengguna produk Pond's Flawless White. Tetapi terdapat pula sebagian konsumen yang ragu akan ketulusan dan kejujuran dari Bunga Citra Lestari dengan alasan karena responden merasa apa yang disampaikan *endorsers* tidak tulus berasal dari hatinya. Sehingga pada pengujian hipotesis didapati bahwa *celebrity endorser* Bunga Citra Lestari mempunyai pengaruh *Trustworthiness* terhadap minat beli konsumen.

3. *Expertise* (keahlian)

Keahlian merupakan dimensi ketiga dari kredibilitas sumber yang berhubungan erat dengan otoritas, kompetensi, keahlian atau kualifikasi. Keahlian yang dimiliki Bunga Citra Lestari sebagai penyanyi dan bintang sinetron cukup dapat diterima oleh konsumen. Terbukti dari perolehan kuesioner dimana para responden mayoritas menyatakan setuju bahwa Bunga Citra Lestari memiliki keahlian yang memadai sebagai *celebrity endorser* dari Pond's Flawless White tetapi keahlian yang dimiliki BCL tersebut ternyata tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut diperoleh melalui pengujian hipotesis yang dilakukan menyatakan bahwa *Expertise celebrity endorser* Bunga Citra Lestari tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen.

4. Dari hasil keseluruhan menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dalam iklan Pond's Flawless White mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hal ini dapat dilihat dari perhitungan statistik dengan menggunakan metode regresi sederhana yang menyatakan terdapat pengaruh sebesar 26.8 %. Ini berarti menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti antara *Celebrity Endorser* dengan minat beli konsumen. Artinya dimensi-dimensi dari *Celebrity Endorser* (*Attractiveness, Trustworthiness, Expertise* cukup mempengaruhi minat beli konsumen dan sisanya 73.2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa Bunga Citra Lestari dapat diterima konsumen sebagai *celebrity endorser* dari produk Pond's Flawless White.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan – kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Karakteristik yang terdapat pada Bunga Citra Lestari sudah terbukti dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 26.8%. Namun dari tiga karakteristik yang sudah dipaparkan di atas terdapat karakteristik *Attractiveness* dan *Expertise* yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Tentunya hal ini harus menjadi perhatian dari pihak perusahaan agar dapat meningkatkan daya tarik dan keahlian dari Bunga Citra Lestari sebagai *celebrity endorser*, sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara positif dan signifikan.
2. Terdapat faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan pihak perusahaan agar dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk Pond's Flawless

White. Faktor-faktor tersebut antara lain kualitas dari produk itu sendiri, harga produk, kualitas pelayanan terhadap pelanggan, dll.

3. *Celebrity Endorsers* memiliki peranan penting dalam membantu kegiatan promosi dari perusahaan, maka pemilihan seorang *celebrity endorser* tersebut perlu lebih diperhatikan lagi. Selain dari penilaian fisik, perlu juga diperhatikan kualitas dan identitas dari presenter tersebut. Selain itu isi pesan yang disampaikan hendaknya dapat mempengaruhi faktor psikologis dari konsumen sehingga konsumen tidak sekedar tertarik akan keberadaan suatu iklan tetapi dapat memahami maksud dari pesan yang disampaikan dengan baik dan akan membangkitkan minat beli dari konsumen tersebut.
4. Persaingan di dunia bisnis ini semakin lama semakin ketat, maka dari itu agar dapat terus bertahan, perusahaan perlu senantiasa berinovasi dan kreatif dalam merancang strategi pemasarannya. Agar konsumen tidak merasa jenuh dengan iklan yang ada dan tetap dapat meningkatkan minat beli konsumen.