

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Secara rinci hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar *attractiveness* terhadap minat beli. Responden setuju bahwa Rio Dewanto memiliki dimensi tampan, berkelas, gagah, menarik, dan elegan, hal tersebut ditunjukkan oleh hasil kuesioner. tetapi nilai *attractivnes* tidak mempengaruhi minat beli motor Yamaha GT 125, karena dari data yang diperoleh adalah 0.094 berarti $\alpha > 0.05$. Kesimpulanya bahwa tidak terdapat pengaruh *attractivnes* terhadap minat beli.
- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar *trustwortisnes* terhadap minat beli. Responden setuju bahwa Rio Dewanto memiliki dimensi layak dipertahankan sebagai model iklan Yamaha, dapat diandalkan, tulus dan dapat dipercaya dalam penyampaian pesan iklan. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil kuesioner. tetapi nilai *trustworthisnes* tidak mempengaruhi minat beli motor Yamaha GT 125, karena dari data yang diperoleh adalah 0.849 berarti $\alpha > 0.05$. Kesimpulanya bahwa tidak terdapat pengaruh *Trustworthines* terhadap minat beli.
- Terdapat pengaruh yang signifikan antar *expertise* terhadap minat beli. responden setuju bahwa Rio Dewanto memiliki dimensi keahlian, pengalaman, dan pengetahuan yang memadai tentang otomotif serta memenuhi syarat untuk mengiklankan motor Yamaha dan terlatih sebagai model iklan, hal tersebut

ditunjukkan oleh hasil kuesioner yaitu nilai *expertise* mempengaruhi minat beli motor Yamaha GT 125, karena dari data yang diperoleh adalah 0.014 berarti $\alpha \leq 0.05$. Kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh *expertise* terhadap minat beli.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan. Adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu *celebrity* yaitu Rio Dewanto tanpa menggunakan perbandingan *endorser* yang lain
- b. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel dari 4 variabel tentang *celebrity endorser*
- c. Sampel data yang diambil kurang mewakili untuk menjadikan ini sebuah tolak ukur yang akan diproses
- d. Penelitian ini hanya mengambil sampel pemirsa iklan motor Yamaha GT 125 di Bandung saja..
- e. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
- f. Penelitian ini hanya meneliti *celebrity endorser* yang berpengaruh terhadap minat beli. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli.

5.3 Saran

- a) Penelitian lebih lanjut dapat menggunakan celebrity endorser yang dipakai di produk yang sama tetapi pada periode sebelumnya lalu dibandingkan dengan endorser yang sekarang.
- b) Penelitian selanjutnya variabel yang dapat digunakan pun dapat ditambahkan dengan *power*
- c) Penelitian selanjutnya dapat dilakukan seluruh wilayah yang memiliki kantor-kantor dealer penjualan motor Yamaha agar manfaat dan tujuannya dapat langsung di implementasikan
- d) Akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh konsumen di Provinsi Jawa Barat, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas
- e) Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti sikap konsumen, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap konsumen pengguna produk Yamaha GT 125, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.
- f) Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli, misalnya faktor *informative*, *entertaining*, *societal*, dan *economic*.