

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh Celebrity Endorser (Christian Sugiono) Terhadap Minat Beli Sabun Muka Gatsby *Facial Wash*. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha)” maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Attractiveness* (X_1) tidak memberikan pengaruh.
2. Dari hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Trustworthiness* (x_2) memberikan pengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y).
3. Dari hasil pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Expertise* (X_3) tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y).
4. Peran kredibilitas Christian Sugiono dalam iklan Gatsby Facial Wash berkinerja baik, hal ini terbukti bahwa penggunaan Christian Sugiono sebagai *celebrity endorser* memberikan pengaruh terhadap minat beli, walaupun pengaruh kemenarikan, kejujuran, dan keahlian terhadap minat beli hanya sebesar 30.5%. Hal-hal lain yang mempengaruhi persentase-persentase regresi diatas mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor *celebrity endorser* lainnya (Shimp, 2004:403) seperti faktor: kredibilitas selebriti, kecocokan selebriti

dengan khalayak, kecocokan selebriti dengan merek, dan daya tarik selebriti. Faktor-faktor seperti: kecocokan selebriti dengan khalayak dan kecocokan selebriti dengan merek itu tidak diteliti dalam penelitian ini sehingga, peneliti dapat menduga bahwa kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi kinerja *celebrity endorser* terhadap minat beli

5.2 Saran

Setelah peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian dan analisis, peneliti akan memberikan saran yang berguna dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap suatu produk. Saran tersebut sebagai berikut:

1. Perusahaan Gatsby dapat mempertimbangkan Christian Sugiono sebagai *celebrity endorser* Gatsby Facial Wash. Untuk periode tertentu Christian Sugiono masih bisa dipertahankan, tetapi untuk periode tertentu perlu dipertimbangkan trend endorser yang sedang disukai pasar, supaya konsumen tidak jenuh, dan lebih dinamis.
2. Perusahaan perlu melakukan inovasi dan lebih kreatif dalam menyampaikan isi pesan dalam iklan, supaya lebih dapat signifikan mempengaruhi minat beli konsumen.
3. Perusahaan sebaiknya lebih intensif memutar iklan di jam-jam utama atau *prime time*, namun dengan tetap mempertimbangkan biaya iklan agar tetap

proporsional dengan jumlah volume penjualan yang dapat didongkrak oleh iklan tersebut. Sehingga dapat menjangkau konsumen lebih jauh, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Dengan demikian hasil kesimpulan dan saran yang dapat peneliti kemukakan dalam penelitian ini. Hal tersebut dilakukan sebagai masukan, perbaikan, pengembangan, dan perbaikan terhadap Gatsby Facial Wash.