

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan yang bias ditarik sebagai berikut

1. Pelaksanaan *Celebrity Endorsers* oleh Yamaha Jupiter Z telah dilakukan dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dari tiap dimensi yang ada.

Untuk dimensi *Attractiveness* masuk dalam kategori kuat yaitu sebesar 78,3%, dimensi *Trustworthiness* masuk dalam kategori kuat yaitu sebesar 77,0%, dan untuk dimensi *Expertise* masuk dalam kategori sangat kuat yaitu sebesar 81,2%,

2. Minat beli konsumen untuk melakukan pembelian Yamaha Jupiter Z tergolong dalam kategori sangat kuat. Hal ini terbukti dari nilai yang dihasilkan yaitu sebesar 97,29%.

3. Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden, didapat di dalam pembahasan dan analisa telah ditemukan pengaruh *Celebrity Endorsers* (Lorenzo) pada iklan Yamaha Jupiter Z terhadap minat beli responden pada produk Yamaha Jupiter Z maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. *Attractiveness* mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter Z sebesar 9,5% sedangkan 90,5% dipengaruhi oleh faktor

lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian

b. Trustworthiness mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter Z sebesar 33,0% sedangkan 67,0% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

c. Expertise mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter Z sebesar 16,7% sedangkan 83,3% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

d. Celebrity Endorsers mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Yamaha Jupiter Z sebesar 35,0%, sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh faktor lain atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen membeli produk Yamaha Jupiter Z karena Lorenzo dapat diandalkan sebagai seorang *Celebrity Endorsers* yang dapat mengiklankan produk Yamaha Jupiter Z dengan cukup baik sehingga di benak konsumen dapat muncul minat untuk membeli produk Yamaha Jupiter Z setelah menonton iklan tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai

masukannya untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengguna *Celebrity Endorsers* dalam usaha meningkatkan minat beli konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Sebaiknya perusahaan selalu melakukan pembaharuan terhadap iklan dari produknya dan selain itu perusahaan juga sebaiknya dapat membuat iklan, baik iklan media cetak maupun elektronik, hal itu dilakukan agar iklan tersebut dapat dijangkau oleh seluruh kalangan dan terus melakukan pembaharuan ide iklan yang terus makin inovatif dan terdepan sesuai dengan slogan produknya.
2. Pilihlah *Celebrity Endorsers* yang tepat dalam mengiklankan suatu produk, tidak selalu menggunakan selebriti yang sedang naik daun dan harus dengan selebritis Internasional, dengan model biasa saja, namun dapat meyakinkan orang atau responden untuk membeli sudah cukup, dan sebaiknya perusahaan juga dapat memikirkan apakah selebriti yang akan dijadikan *icon* dalam iklannya dapat sebanding dengan segmen pasar dari produk yang akan dibuat iklan, hal itu dilakukan agar perusahaan tidak mengalami ketidakstabilan antara pendapatan dengan pengeluaran.