

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti, peneliti mendapatkan responden yang menjawab kuesioner yang telah disebarakan sebanyak 327 responden yang terbagi dalam jenis kelamin adalah sebagai berikut, responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 133 responden atau 40.7% dan responden yang berjenis kelamin wanita 194 responden atau 59.3%.

Usia responden terbagi dalam berbagai jenis, diantaranya adalah jumlah responden yang memiliki usia kurang dari 20 tahun adalah sebanyak 61 responden dengan persentase 18.7%, responden yang memiliki usia diantara 20 sampai dengan 25 tahun adalah sebanyak 252 responden dengan persentase 77.1% dan responden yang memiliki usia lebih dari 25 tahun adalah sebanyak 14 responden dengan persentase 4.3%.

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti maka terdapat kesimpulan bahwa 42 indikator pertanyaan yang telah diuji oleh peneliti, indikator-indikator yang dinyatakan valid adalah sebagai berikut. DTF 1, DTF 2, DTF 3, DTF 4 valid untuk variabel Daya Tarik Fisik. Untuk variabel Kredibilitas Sumber diantaranya adalah KS 1, KS 2, KS 3, KS 4, KS 5, KS 6, KS 7, KS 8, KS 9, KS 10. Untuk variabel Kesesuaian Selebriti/Merek diantaranya adalah KSM 6, KSM 7, KSM 8, KSM 9, KSM 10, KSM 11, KSM 12, KSM 13, KSM 14, KSM 15. Sedangkan

untuk variabel Minat Beli Konsumen diantaranya adalah MBK 3, MBK 5, MBK 6, MBK 7, MBK 8, MBK 9, MBK 10, MBK 11, MBK 13. Pada *factor loading* hasil yang diperoleh dari data yang sudah valid adalah sebesar 0.473.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini terdapat bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel karena alpha dari instrumen penelitian dari masing-masing variabel yaitu Daya Tarik Fisik, Kredibilitas Sumber, Kesesuaian Selebriti/Merek, dan Minat Beli Konsumen melebihi besar dari nilai yang disyaratkan, yaitu sebesar 0.6. Sehingga keseluruhan instrumen kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel atau dapat dipercaya. Untuk variabel Daya Tarik Fisik hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0.848, untuk variabel Kredibilitas Sumber hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0.948, untuk Kesesuaian Selebriti/Merek hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0.949, sedangkan untuk Minat Beli Konsumen hasil Cronbach's Alpha yaitu sebesar 0.900.

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan oleh peneliti maka terdapat data keseluruhan yang terdistribusi secara normal, karena memiliki nilai signifikansi lebih besar dari alpha. Untuk Uji Multikoleniaritas semua variabel terbebas dari multikoleniaritas dan untuk Uji Heteroskedastisitas semua variabel terbebas dari heteroskedastisitas.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh secara partial antar Daya Tarik Fisik terhadap minat beli konsumen sebesar 0.424 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2. Terdapat pengaruh secara partial antara Kredibilitas Sumber terhadap minat beli konsumen sebesar 0.002 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
3. Terdapat pengaruh secara partial antara Kesesuaian Selebriti/Merek terhadap minat beli konsumen sebesar 0.000 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara Daya Tarik Fisik, Kredibilitas Sumber, dan Kesesuaian Selebriti/Merek terhadap minat beli konsumen sebesar 0.000 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap *online shop* agar dapat terus berkomitmen untuk meningkatkan Daya Tarik Fisik, Kredibilitas Sumber, Kesesuaian Selebriti/Merek untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang

agar meningkatnya Minat Beli Konsumen. Sehingga *online shop* dapat memberikan komunikasi yang jelas dan menarik terhadap konsumennya dengan cara menggunakan *celebrity endorsement* melalui media sosial yang sesuai dan menciptakan persepsi yang positif dibenak konsumen.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

- Penelitian ini hanya menggunakan responden penelitian di Universitas Kristen Maranatha sehingga mayoritas responden adalah sebagai mahasiswa.
- Peneliti hanya memakai variabel Daya Tarik Fisik, Kredibilitas Sumber, dan Kesesuaian Selebriti/Merek untuk mengukur Minat Beli Konsumen.

### 5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas maka dapat diberikan saran, sebagai berikut:

1. Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel dengan jumlah yang lebih banyak dan karakteristik responden yang lebih bervariasi sehingga dapat memiliki kemampuan generalisasi yang lebih besar.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian pada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ke depan perlu memasukkan beberapa tambahan variabel, antara lain seperti yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Soesatyo (2013) yaitu sikap

konsumen terhadap merek dan iklan (*Brand Attitude*) sangat besar pengaruhnya kepada minat beli.

