

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah ditampilkan pada bagian sebelumnya, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara *Attractiveness* (Daya Tarik) dengan Keputusan Pembelian produk Luwak White Koffie pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, yang menggambarkan pengaruh antara *Attractiveness* (Daya Tarik) terhadap Keputusan Pembelian sebesar 11.7%.
2. Terdapat pengaruh antara *Trustworthiness* (kepercayaan) dengan Keputusan Pembelian produk Luwak White Koffie pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha. yang menggambarkan pengaruh antara *Trustworthiness* (Kepercayaan) terhadap Keputusan Pembelian sebesar 22.6%.
3. Terdapat pengaruh antara *Expertise* (keahlian) dengan Keputusan Pembelian produk Luwak White Koffie pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha. Pengaruh yang ada hanya sebesar 3.3%

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Hasil penelitian ini ditujukan untuk mengukur pengaruh pada keputusan pembelian produk kopi (Luwak White Koffie), yaitu produk konsumen (*consumer goods*) dalam bentuk minuman. Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya dapat digeneralisasikan pada produk sejenis
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada para mahasiswa sebagai responden penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian ini hanya menggambarkan pengaruh antara variabel *Celebrity Endorser* pada kelompok mahasiswa. Diharapkan pada penelitian selanjutnya akan lebih memperluas responden – responden dari setiap kelompok yang ada.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dibuat, peneliti dapat menarik saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa *Trustworthiness* (Kepercayaan) terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang paling besar dari ketiga faktor. Hal ini menggambarkan bahwa *endorser* Lee Min Ho dianggap memiliki kejujuran, ketulusan, dan dapat dipercaya. Dengan demikian, perusahaan dapat terus menggunakan sosok *endorser* Lee Min Ho sebagai sosok yang disukai oleh para mahasiswa untuk mewakili produk Luwak White Koffie.
2. Dari hasil penelitian, didapat pengaruh yang antara *Attractiveness* (Daya Tarik) dengan Keputusan Pembelian produk Luwak White Koffie pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini berarti bahwa Lee

Min sebagai *endorser* secara fisik dianggap menarik oleh kelompok atau kalangan tertentu. Dengan demikian, pihak Luwak White Koffie tetap dapat mempertahankan Lee Min Ho sebagai Endorser yang dianggap memiliki tampilan fisik yang menarik.

3. Menemukan terdapat pengaruh paling kecil; antara *Expertise* (keahlian) dengan Keputusan Pembelian produk Luwak White Koffie pada mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha. Hal ini berarti, sosok *endorser* Lee Min Ho mungkin dianggap sebagai figur yang cukup ahli dalam memberikan informasi tentang Luwak White Koffie.

