

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh selebriti endorser terhadap minat beli pada produk minyak angin *fresh care*, dari Rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis secara simultan bahwa minat beli berpengaruh positif terhadap minat beli pada produk minyak angin *fresh care*.
2. Selebriti endorser memiliki tingkat hubungan yang kuat dan mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli pada produk minyak angin *fresh care*, yang dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,630 dengan persamaan regresi, dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,397 atau 39,7% variabilitas mengenai minat beli terhadap produk minyak angin *fresh care* dapat dinilai dari selebriti endorser, sedangkan sisanya sebesar 60,3 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, kualitas produk, harga, merek, kemasan, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa selebriti endorser berpengaruh positif terhadap minat beli

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di uraikan di atas, berikut ini akan di kemukakan beberapa saran yang dianggap relevan dengan penelitian. Saran tersebut antara lain:

1. Selebriti Endorser yang diterapkan pada iklan minyak angin *fresh care* agar lebih efektif dan menarik lagi sebagai upaya dalam menarik perhatian/minat beli konsumen.
2. Hasil menunjukan masih tersisa 60,3 % dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh nya peneliti menyarankan kiranya faktor yang tidak di desain dalam penelitian ini berupa promosi, kualitas produk, harga, merek, kemasan, dan lain-lain dapat di perhatikan oleh perusahaan.
3. Kepada para peneliti selanjutnya untuk melakukan peneliti lanjutan, yang kemudian diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen atau kepuasan konsumen, sehingga dapat menambah wawasan lebih luas.