

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh *celebrity endorse* terhadap minat beli produk scarlett pada mahasiswa D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *celebrity endorse* oleh scarlett berpengaruh terhadap minat beli konsumen dikalangan mahasiswa khususnya D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya berdasarkan uji signifikansi parsial, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikannya 0.003. selain itu, nilai koefisien regresi juga menunjukkan nilai positif, sehingga penggunaan *celebrity endorse* oleh produk scarlett berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat beli produk scarlett. Artinya, setiap nilai *celebrity endorse* meningkat, maka nilai minat beli konsumen juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.
2. Pengaruh *celebrity endorse* terhadap minat beli produk scarlett pada mahasiswa D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Diperoleh hasil $Y = 17.125 + 0.461X$, yang artinya minat beli berpengaruh positif terhadap *celebrity endorse* sebanyak 0.461 sehingga diketahui dalam setiap peningkatan *celebrity endorse* sebesar satuan variabel, maka minat beli akan meningkat sebesar 0.461.

5.2 Saran

Setelah dilakukan penelitian, pembahasan dan penarikan kesimpulan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Variabel *celebrity endorse* dan minat beli memiliki hubungan yang cukup erat dengan arah positif yang artinya memiliki tinggi nilai *celebrity endorse* maka akan semakin tinggi nilai minat pembelian, begitu pula sebaliknya. Maka dari itu, untuk pihak scarlett diharapkan dapat terus mempertahankan atau memilih *celebrity endorse* yang memiliki nilai yang

tinggi. Nilai *celebrity endorse* yang dimaksud adalah kualitas *celebrity endorse* tersebut baik dari aspek *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*. Selain itu, penting juga untuk memperhatikan kecocokan selebriti yang menjadi *celebrity endorse* dengan produk yang diwakilkannya dan khalayak yang menjadi targetnya.

2. Perusahaan scarlett tidak hanya berfokus pada pemilihan *celebrity endorse*, tetapi juga dapat di ikuti dengan penyampaian pesan promosi yang lebih menarik lagi seperti bekerja sama dengan banyak artis-artis luar Negeri dan mencoba menggunakan konsep iklan yang unik. Dengan pemilihan *celebrity endorse* yang tepat dan diikuti pesan promosi yang menarik tentunya akan lebih memperluas calon konsumen.