

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini merupakan kesimpulan dari analisis hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kredibilitas Endorser Raisa Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Iklan Pond’s White Beauty”. Berikut ini kesimpulannya :

#### 5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian rata-rata responden terhadap daya tarik adalah sebesar 3,31, kepercayaan 3,62, keahlian 3,83, sikap terhadap iklan 3,74, dan minat beli 3,58.
2. Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa Sikap Terhadap Iklan terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada Minat Beli. Hal ini dapat diartikan, bahwa semakin meningkat Sikap Terhadap Iklan maka akan meningkat pula Minat Beli.
3. Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian secara bersama-sama (serentak) terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada Sikap Terhadap Iklan. Hal ini dapat diartikan, bahwa semakin meningkat Daya Tarik, Kepercayaan, dan Keahlian maka akan meningkat pula Sikap Terhadap Iklan.
4. Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa Daya Tarik terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada Sikap Terhadap Iklan. Hal ini dapat diartikan, bahwa semakin meningkat Daya Tarik maka akan meningkat pula Sikap Terhadap Iklan.

5. Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa Kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada Sikap Terhadap Iklan. Hal ini dapat diartikan, bahwa semakin meningkat Kepercayaan maka akan meningkat pula Sikap Terhadap Iklan.
6. Hasil analisis SPSS menunjukkan bahwa Keahlian terbukti berpengaruh positif dan signifikan pada Sikap Terhadap Iklan. Hal ini dapat diartikan, bahwa semakin meningkat Keahlian maka akan meningkat pula Sikap Terhadap Iklan.

## **5.2. Saran**

Berdasar hasil penelitian dan kesimpulan, saran yang mungkin dapat diberikan kepada produsen Pond's White Beauty adalah sebagai berikut :

1. Tetap mempertahankan Raisa Andriana sebagai endorser produk Pond's White Beauty karena kredibilitas Raisa Andriana mendapat penilaian yang baik dari konsumen.
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penilaian terendah terjadi pada variabel daya tarik. Oleh karena itu penulis menyarankan untuk mencari endorser yang memiliki faktor kredibilitas daya tarik yang lebih baik dari Raisa Andriana. Karena sudah diketahui bahwa endorser yang memiliki kredibilitas baik akan mampu mempengaruhi konsumen. Karena konsumen akan lebih percaya jika produk yang diiklankan diperankan langsung oleh selebtri yang cukup terkenal apalagi selebriti itu merupakan tokoh idolanya.