

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari *celebrity endorser* (X1) terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2.511 dan nilai probabilitas 0.000 ($0.000 < 0.05$). Pengaruh yang ada adalah positif dan signifikan dengan hasil koefisien determinasi yang dimana *celebrity endorser* mampu mempengaruhi minat beli komunitas penggemar/fandom sebesar 18.2% dan sisanya sebesar 81.8% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan juga dapat diketahui bahwa hubungan antara *celebrity endorser* (X1) terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom (Y) bernilai positif dan berkorelasi sedang sebesar 0,427 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara *celebrity endorser* dan minat beli komunitas penggemar cukup erat dengan arah positif yang berarti semakin tinggi pengaruh *celebrity endorser* semakin meningkat pula minat beli komunitas penggemar/fandom. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk *Nature Republic* (X2) terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom (Y1). Hal ini dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 5.723 dan nilai probabilitas 0.000 ($0.000 < 0.05$). Pengaruh yang ada adalah positif dan signifikan dengan hasil koefisien determinasi yang dimana kualitas produk mampu mempengaruhi minat beli komunitas penggemar/fandom sebesar 34.9% dan 65.1%

dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan juga dapat diketahui bahwa hubungan antara kualitas produk (X2) terhadap minat beli komunitas penggemar (Y) bernilai positif dan berkorelasi sedang sebesar 0.591 dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara kualitas produk *Nature Republic* (X2) terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom (Y) memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan arah positif yang berarti semakin baik kualitas produk *Nature Republic* maka semakin meningkat pula minat beli komunitas penggemar/fandom. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima dengan menggunakan konsep yang telah digunakan yaitu kualitas produk serta penelitian terdahulu yang membahas kualitas produk kosmetik oriflamme untuk menguji penelitian ini.

3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menguji pengaruh variabel independent secara bersamaan dengan variabel dependen penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikansi dari *celebrity endorser* (X1) dan kualitas produk *Nature Republic* (X2) secara bersamaan terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai F_{hitung} sebesar 30.858 dan nilai probabilitas 0.000 ($0.000 < 0.05$). Sementara itu, besarnya pengaruh *celebrity endorser* dan kualitas produk kecantikan *Nature Republic* terhadap minat beli komunitas penggemar/fandom dapat dilihat pada kolom *R Square* yang menunjukkan angka 0.389 atau sebesar 38,9 % dan sisanya sebesar 61.1% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa bahwa *celebrity endorser* dan kualitas produk *Nature Republic* dapat memengaruhi minat beli komunitas penggemar/fandom. Sehingga, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini ada beberapa hal yang menjadi kekurangan dan keterbatasan penelitian. Adapun keeterbatasan penelitian yang didapatkan adalah:

1. *Nature Republic* merupakan produk yang berasal dari negara Korea Selatan yang dimana ada beberapa informasi baik website atau info produknya menggunakan aksara Korea atau biasa disebut huruf *hangeul* sehingga harus menunggu *translate* dari seorang penerjemah korea - indonesia langsung dari tim *Nature Republic* itu sendiri.
2. Penelitian ini hanya mengumpulkan hasil minat beli komunitas penggemar/fandom EXO saja. Sehingga tidak bisa digeneralisasikan selain dengan konsumen selain komunitas penggemar/fandom.

C. Saran

Adapun saran yang disampaikan peneliti selama proses penelitian berlangsung diantaranya adalah:

1. Bagi Perusahaan :
 - a. Perusahaan *Nature Republic* harus tetap mempertahankan apa yang sudah dibangun dari awal yaitu menggunakan bahan – bahan alami dalam pembuatan produk. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan komunitas penggemar/fandom tertarik melakukan pembelian karena kualitas produk yang diberikan mulai dari ketahanan, keamanan, pengemasan hingga kemudahan dalam pemakaian produk. Karena kualitas merupakan faktor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk tersebut itu diproduksi dengan demikian tentunya akan menunjang nilai produk dimata masyarakat luas dan akan membawa keuntungan bagi perusahaan
2. Bagi peneliti selanjutnya :

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai objek atau topik penelitian yang serupa diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan metode lain atau dengan metode kualitatif agar dapat memperkaya pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain yaitu bisa menggunakan pengaruh harga, atau membahas strategi manajemen. Sehingga hasil penelitian tidak hanya dapat dari pengaruh namun analisis pun juga dapat.

