

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, yang hasilnya telah disajikan dalam skripsi ini, maka dapatlah ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut yang memberi sumbangan paling dominan pada keyakinan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap penggunaan selebriti pendukung Komeng pada iklan Yamaha Jupiter Z yaitu kepercayaan (*Trustworthiness*), dan atribut keakraban (*familiarity*) karena kepercayaan dan keakraban di nilai paling tinggi oleh responden, sedangkan atribut yang dinilai sedang yaitu atribut , menyenangkan, keahlian, dan yang dinilai kecil yaitu atribut kesamaan,
2. Ada perbedaan keyakinan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap penggunaan selebriti pendukung Komeng pada iklan sepeda motor Yamaha Jupiter Z, kecuali keyakinan konsumen berdasarkan jenis kelamin mengenai atribut keahlian, keyakinan konsumen berdasarkan pendapatan mengenai atribut keakraban dan keahlian, evaluasi konsumen berdasarkan pekerjaan mengenai atribut keahlian, dan sikap konsumen berdasarkan pendapatan mengenai mengenai atribut kesamaan, tidak ada perbedaan keyakinan, evaluasi dan sikap karena tingkat signifikasinya kurang dari 0,05 atau H_0 di tolak.

3. Seluruh responden mempunyai keyakinan, evaluasi dan sikap yang positif (baik) terhadap penggunaan selebriti pendukung Komeng pada iklan Yamaha Jupiter Z.
4. Kredibilitas artis pendukung Komeng lebih dinilai positif oleh responden di bandingkan dengan daya tariknya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dan kemudian disimpulkan pada bagian diatas, maka saran yang hendak disampaikan adalah

1. Perusahaan yang menggunakan artis pendukung Komeng dalam iklan Yamaha Jupiter Z. di harapkan dapat menjalin kerjasama yang lebih baik lagi, supaya dapat mempertahankan sikap positif konsumen terhadap Komeng yang selanjutnya akan memberikan sikap positif terhadap iklan, dan akhirnya akan berpengaruh pada sikap beli konsumen. Selain itu sikap positif konsumen terhadap Komeng pada iklan Yamaha Jupiter Z diharapkan dapat membentuk brand personality, yang mengidentikan Komeng dengan Yamaha khususnya Yamaha Jupiter Z. Selain itu perusahaan juga harus dapat memperhatikan *celebrity life cycle* seorang artis pendukung (Komeng), supaya efektivitas seorang artis dalam mendukung dapat diukur dan diketahui kelayakannya untuk tetap dijadikan seorang artis pendukung.

2. Atribut-atribut yang dinilai positif oleh konsumen yang melekat pada selebriti pendukung Komeng agar dapat di pertahankan agar sikap konsumen terhadap artis pendukung maupun terhadap produk tidak berubah, dan bahkan semakin loyal terhadap merek produk, atau seorang selebritis pendukung harus dapat mempertahankan *image* yang sudah melekat pada dirinya supaya tidak mempengaruhi *Image* Produk.

