

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik *endorser* (X_1), keahlian *endorser* (X_2), dan kepercayaan *endorser* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat beli konsumen yang dinotasikan dengan Y). Dengan demikian **Hipotesis 1 terbukti**.
2. Daya tarik *endorser* (X_1) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian **Hipotesis 2 a terbukti**.
3. Keahlian *endorser* (X_2) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian **Hipotesis 2 b terbukti**.
4. Kepercayaan *endorser* (X_3) secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian **Hipotesis 2 c terbukti**.
5. Kepercayaan *endorser* (X_3) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat beli konsumen. Dengan demikian **Hipotesis 3 terbukti**.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diketengahkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Para pemasar dan pembuat iklan tetap mengedepankan daya tarik *endorser* keahlian *endorser*, dan kepercayaan *endorse*., Hal ini disebabkan karena keempat hal tersebut terbukti berpengaruh positif dalam membangkitkan minat beli konsumen.
2. Pengiklan sepeda motor Yamaha Jupiter (PT Astra International) hendaknya tetap mempertahankan Komeng sebagai model iklan. Hal ini terbukti Komeng berhasil mempengaruhi minat beli konsumen masyarakat Kec. Tegalrejo sebagai sampel penelitian ini. Dengan demikian diharapkan para konsumen tersebut mencari informasi lebih lanjut atas produk yang diiklankan, muncul keinginan untuk melakukan pembelian produk Yamaha Jupiter.
3. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan *endorser* terbukti paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan kejujuran Komeng, ketulusan hati Komeng dalam menyampaikan pesan, dan kehandalan Komeng terbukti dapat dipercaya mampu membangkitkan minat beli konsumen, dengan demikian diharapkan Komeng tetap dipertahankan sebagai model iklan.