

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan untuk menjawab tujuan dalam penelitian, sebagai berikut.

1. Pada variabel X (*Celebrity Endorser*) rata-rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel X memiliki rata-rata sebesar 3,09. Berlandaskan teori yang digunakan untuk mengukur variabel X (*Celebrity Endorser*) pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X1 dengan pernyataan “Arya Saloka cukup terkenal di Indonesia” yaitu sebesar 3,22 (tabel 4.40) karena nama Arya Saloka yang sedang melonjak berkat sinetron “Ikatan Cinta” yang membuat orang-orang mengenal dan mengetahui Arya Saloka.
2. Pada variabel Minat Beli rata-rata responden memberikan jawaban dengan baik (setuju). Hal ini dapat dilihat dari rekapitulasi variabel Y memiliki rata-rata sebesar 2,95. Menurut teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y (Minat Beli) pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y1 yang memiliki pernyataan “Saya berminat untuk membeli Luwak Kopi Hitam” yaitu 3,10 (4.41) karena sebelum meluncurnya varian baru Luwak Kopi Hitam ini, varian sebelumnya yaitu varian White Koffie sudah sangat terkenal. Maka dari itu,

peluncuran varian baru kopi hitam dari Luwak ini menimbulkan minat dan ketertarikan pada orang untuk membeli dan mencobanya.

3. Terdapat pengaruh yang kuat antara *Celebrity Endorser* dan Minat Beli.

Berdasarkan hasil perhitungan dari data penelitian ini didapat bahwa nilai t_{hitung} 10,794 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,661. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Celebrity Endorser* Arya Saloka terhadap Minat Beli. Terdapat data dari koefisien determinasi menunjukkan angka persamaan tersebut yaitu 54,4% sementara sisanya 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Seperti promo-promo yang tersedia, adanya undian berhadiah, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, *Celebrity endorser* Arya Saloka berhasil membuat penonton memiliki minat untuk membeli dan mengonsumsi produk yang dibintanginya yaitu Luwak Kopi Hitam.

B. Saran

Berdasarkan temuan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka Pada Iklan Luwak Kopi Hitam di Televisi Terhadap Minat Beli” disarankan kepada Kopi Luwak agar melakukan pendekatan terhadap konsumen baru nantinya agar terbentuknya loyalitas konsumen untuk bisa melakukan pembelian berulang secara terus-menerus. Hal ini didasari pada indikator yang paling rendah yaitu dari variabel Y (Minat Beli) dengan nilai rata-rata 2,72 dengan pernyataan “Saya berminat mengonsumsi Luwak Kopi Hitam secara terus menerus”.

Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pijakan untuk penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh *Celebrity Endorser* Arya Saloka Pada Iklan Luwak Kopi Hitam di Televisi Terhadap Minat Beli dengan menggambarkan aspek kuantitatif maupun kualitatif.