

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis dan pembahasan berdasarkan penelitian diatas maka selanjutnya akan ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian variabel X (kredibilitas selebgram (selebriti instagram) *endorse @joviadhiguna* dalam mempromosikan produk Pond's Instabright Instabright Glow Up Cream) dapat diketahui bahwa dari indikator kredibilitas yang terdiri dari daya tarik, kepercayaan dan keahlian memiliki pengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswi di Kota Surabaya yang mengikuti akun instagram @joviadhiguna dan juga yang memakai *skin care* wanita (Pond's Instabright Glow Up Cream).
- b. Hasil penelitian yang ada pada variabel X (kredibilitas selebgram @joviadhiguna) dan Y (keputusan pembelian mahasiswi di Kota Surabaya) dapat diketahui bahwa keputusan pembelian mahasiswi di Kota Surabaya bersifat sedang dipengaruhi oleh kredibilitas selebgram (selebriti instagram) *endorse @joviadhiguna* dalam mempromosikan produk Pond's Instabright Glow Up Cream. Mahasiswi yang dipengaruhi dengan beberapa indikator yang ada dalam keputusan pembelian yaitu kesadaran, mencoba dan penguataan. Hal ini juga didukung dengan keinginan para mahasiswi yang ingin tampil menarik dengan sentuhan *skincare* dan *make up*.

- c. Hasil keseluruhan kredibilitas selebriti instagram endorse @joviadhiguna mempunyai pengaruh yang sedang terhadap keputusan pembelian mahasiswi di Kota Surabaya. Yang memiliki arti, khalayak masih belum sepenuhnya terpengaruhi oleh selebgram (selebriti instagram) endorse @jovidhiguna karena terdapat beberapa jawaban “tidak setuju” dari pertanyaan yang terdapat pada kuisioner, pertanyaan yang memiliki tingkat jawaban “tidak setuju” yang tinggi yaitu pertanyaan yang membahas tentang kepuasan kahayalak setelah menggunakan produk Pond’s Instabright Glow Up Cream yang dipromosikan oleh @joviadhiguna dan pertanyaan yang membahas tentang penampilan fisik dan gaya bicara @joviadhiguna dapat menimbulkan kesan tertentu agar iklan dapat dengan mudah diingat.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah disebutkan diatas, maka terdapat beberapa saran untuk diterima oleh beberapa pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan sesuai hasil dari penelitian, sebaiknya produsen atau perusahaan yang ingin mengiklankan produknya agar menggunakan seorang selebriti instagram endorse yang populer dan tengah digandrungi oleh khalayak, selain itu selebriti istagram endorse yang memiliki kredibilitas yang baik, sehingga dengan begitu iklan produk yang disampaikan dapat tersampaikan dengan menimbulkan kesan tertentu, mudah diingat dan pesan bisa sampai dengan efektif. Tidak

hanay itu, Produk Pond's juga harus lebih berinovasi terhadap produk agar menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan calon konsumen atau khalayak agar dapat membuat tampilan wajah terlihat semakin menarik dan menjaga kulit wajah.

2. Hasil dari penelitian dapat menunjukkan bahwa penggunaan selebriti intagram *endorse* juga mempunyai pengaruh terhadap brand atau merek pada suatu produk atau pun perusahaan. Sehingga diharapkan hubungan antara selebriti intagram *endorse* dengan keputusan pembelian produk bisa lebih kuat lagi. Selain itu diharapkan agar Pond's yang diproduksi oleh PT. Unilever juga dapat mempromosikan produknya melalui iklan yang dikemas secara menarik dan mengadakan event yang dapat meningkatkan penjualan.