

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel terhadap Minat Beli maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil dari celebrity Endorser positif tidak signifikan. Artinya Celebrity Endorser tidak memiliki kontribusi terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike
2. Semakin besar Brand Image, maka minat beli akan suatu merek juga akan semakin meningkat. Berarti Brand Image dapat memberikan kontribusi terhadap Minat Beli Sepatu Olahraga Nike

#### **5.2 Saran**

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasarannya dengan mengaitkan atlet olahraga asli indonesia untuk meningkatkan minat masyarakat untuk membeli sepatu olahraga nike
2. Diharapkan kepada pihak perusahaan tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitasnya agar konsumen memiliki minat yang tinggi untuk membeli sepatu olahraga nike