

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian yang berjudul "Pengaruh *Celebrity Endorser*, Citra Merek dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc di Surabaya" maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis pengujian secara simultan (Uji F), diperoleh bahwa *celebrity endorser* (X1), citra merek (X2) dan testimoni (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) produk Somethinc di Surabaya. Ketika seorang konsumen dipengaruhi oleh kualitas dari sebuah merek, kelebihan atau kekurangan produk tersebut dibandingkan dengan pesaingnya, serta testimoni yang baik dari konsumen lainnya dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji T), *celebrity endorser* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) produk Somethinc di Surabaya. Hal ini disebabkan karena, semakin tinggi popularitas selebriti dan semakin baik kemampuan yang dimiliki dalam menyampaikan suatu informasi dalam sebuah produk, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen pada suatu produk.
3. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji T), citra merek (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) produk Somethinc di

Surabaya. Hal ini disebabkan karena, citra merek dengan reputasi yang baik dapat mendorong semakin tinggi minat beli konsumen pada produk.

4. Hasil analisis pengujian secara parsial (Uji T), testimoni (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) produk Somethinc di Surabaya. Hal ini disebabkan karena, banyaknya testimoni yang ada dan positif akan menyebabkan semakin tingginya minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti ajukan yaitu:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam kajian administrasi bisnis, serta dapat menambah wawasan pengetahuan terkait strategi pemasaran dalam bisnis.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan dasar bagi para peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang lebih luas serta variabel lainnya yang belum dimasukkan ke dalam penelitian ini, yang dapat menghasilkan beragam temuan yang dapat berpengaruh pada minat beli.
3. Dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen, diharapkan Somethinc dapat mempertahankan pemilihan selebritas sebagai *celebrity endorser* yang tingkat kepopuleritasan yang tinggi karena dapat membantu merepresentasikan produk dengan menarik sehingga reputasi citra merek

dapat tertanam dengan baik di benak konsumen. Selain itu, perusahaan dapat menjaga kualitas produknya dan pentingnya pemasaran online pada *brand* Something agar pelanggan dapat memberikan testimoni yang baik hal tersebut dapat menarik calon pembeli untuk melakukan pembelian.

4. Diharapkan bagi pihak lain dapat dijadikan sebagai referensi sumber informasi atau bacaan dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan *celebrity endorser*, citra merek, testimoni dan minat beli pada produk.