

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel Celebrity Endorser (X1), Brand Personality (X2), dan Minat Beli (Y), serta Citra Merek (Z) sebagai mediasi. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Celebrity Endorser* tidak berkontribusi terhadap Minat Beli Nivea Men *Face Wash*. Hal ini membuktikan bahwa ketidakcocokan antara endorser dan produk yang dipromosikan serta perbedaan dalam preferensi dan persepsi mampu mempengaruhi minat beli konsumen.
2. *Brand Personality* memiliki kontribusi terhadap Minat Beli Nivea Men *Face Wash*. Hal ini membuktikan bahwa apabila kepribadian merek tersebut mencerminkan nilai-nilai, gaya hidup, dan aspirasi konsumen, maka konsumen cenderung lebih tertarik dan meningkatkan minat beli produk Nivea Men.
3. Citra Merek berkontribusi dalam memediasi *Celebrity Endorser* dan Minat Beli pada produk Nivea Men *Face Wash*. Hal ini membuktikan bahwa meskipun pengaruh langsung dari Celebrity Endorser terhadap Minat Beli tidak signifikan, tetapi apabila melalui citra merek yang positif maka dapat memperkuat dan memperjelas dampak endorser terhadap minat beli konsumen.
4. Citra Merek berkontribusi dalam memediasi *Brand Personality* dan Minat Beli pada produk Nivea Men *Face Wash*. Hal ini membuktikan bahwa citra merek yang dibangun mencerminkan brand personality yang sesuai dan menarik bagi

konsumen, maka kemungkinan besar minat beli terhadap produk Nivea Men akan meningkat.

## 5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang telah diajukan serta hasil analisis yang sudah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat disimpulkan dan dimanfaatkan untuk bahan dalam pengambilan keputusan:

1. Celebrity Endorser tidak berpengaruh terhadap minat beli. Untuk itu Nivea Men perlu mempertimbangkan dengan sangat hati-hati dalam memilih JKT48 sebagai endorser dan menyusun kampanye pemasaran mereka secara lebih efektif. Hal ini mencakup penilaian mendalam mengenai sejauh mana JKT48 sesuai dengan karakteristik produk Nivea Men Face Wash dan relevansi mereka terhadap preferensi serta kebutuhan spesifik dari target pasar utama mereka, yaitu pria dewasa yang mencari produk perawatan kulit berkualitas. Selain itu, penting bagi Nivea Men untuk melakukan evaluasi yang komprehensif terhadap kesesuaian endorser dan mengoptimalkan strategi komunikasi untuk mendorong peningkatan minat beli konsumen.
2. Brand Personality mempunyai pengaruh terhadap minat beli, selain itu Citra Merek mampu memediasi *Celebrity Endorser* dan *Brand Personality* terhadap minat beli. Untuk itu Nivea Men diharapkan fokus pada penguatan *Brand Personality* yang konsisten dengan atribut yang relevan dan menarik bagi target pasar pria, seperti kesan maskulin dan profesional agar mampu meningkatkan minat beli. Selain itu dengan strategi pemasaran yang

terintegrasi, Nivea Men dapat memanfaatkan mediasi Citra Merek dalam menghubungkan *Celebrity Endorser* dan *Brand Personality* untuk meningkatkan secara efektif dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

3. Penelitian ini mempunyai banyak kekurangan serta keterbatasan yang perlu dibenahi bagi para peneliti selanjutnya. Selain itu peneliti selanjutnya mampu menambahkan variabel-variabel lain yang belum diteliti serta disarankan agar peneliti dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain dalam penelitian ini yang kemungkinan dapat mempengaruhi minat beli suatu konsumen.