

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti mengemukakan beberapa simpulan dalam penelitian yakni:

1. Pada hasil uji t diperoleh bahwa variabel *visibility* (X_1), *attractiveness* (X_3) dan *power* (X_4) secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat beli Pureit di Palembang dengan nilai signifikansinya sebesar 0.001, 0.003, dan 0.000 yakni < 0.05 sedangkan pada variabel *credibility* (X_2) terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli Pureit di Palembang dengan besarnya signifikansi sebesar $0.392 > 0.05$.
2. Variabel *celebrity endorse* yang terdiri dari variabel *visibility* (X_1), *credibility* (X_2), *attractiveness* (X_3) dan *power* (X_4) terbukti memiliki pengaruh terhadap minat beli Pureit di Palembang secara bersama-sama yang dibuktikan dari nilai $F_{Hitung} (51.265) > F_{Tabel} (2.44)$.
3. Pengaruh variabel *celebrity endorse* yang terdiri dari variabel *visibility* (X_1), *credibility* (X_2), *attractiveness* (X_3) dan *power* (X_4) terhadap minat beli pada produk Pureit sebesar 59.5%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan yakni pada variabel *power* dan negara asal memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap minat beli dengan nilai signifikansinya sebesar 0.000 sehingga diharapkan agar perusahaan meningkatkan variabel *power* untuk menciptakan lebih banyak minat beli konsumen.

1. Peningkatan variabel *power* dapat dilakukan dengan cara melakukan peningkatan pandangan produk yang dipromosikan kepada masyarakat seperti produk Pureit. Peningkatan *image* atau pandangan produk dapat dilakukan dengan cara bantuan para ahli kimia atau tenaga kesehatan dalam melakukan promosi ditambah dengan pemberian bukti sertifikasi sehingga masyarakat yakin bahwa produk pureit aman bagi keseharan.
2. Selain menggunakan bantuan para medis, peningkatan power dapat dilakukan dengan cara mencari *celebrity endorse* yang memiliki reputasi yang baik di masyarakat, bahkan memiliki banyak penggemar sehingga ketika selebriti idola mereka menggunakan suatu produk otomatis para penggemar mereka ikut menggunakan produk tersebut karena keinginan untuk hidup seperti idola mereka.