



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Persepsi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dalam media sosial Instagram Maretta Oei Couture pada tingkat kejujuran adalah sebesar 52,8%
2. Persepsi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dalam Instagram Maretta Oei Couture pada tingkat keahlian adalah sebesar 47%.
3. Persepsi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dalam Instagram Maretta Oei Couture pada tingkat daya tarik adalah sebesar 17,3%.
4. Persepsi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dalam Instagram Maretta Oei Couture pada tingkat kualitas dihargai adalah sebesar -4.2%.
5. Persepsi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dalam Instagram Maretta Oei Couture pada tingkat kesamaan dengan audience yang dituju adalah sebesar 7,7%.

B. Saran

Dalam penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran, yaitu:

1. Secara Praktis
 - a. Bagi Maretta Oei Couture dapat mempertahankan Yuanita Christiani sebagai *celebrity endorser* sebagai sarana promosi, karena Yuanita Christiani mampu mempengaruhi konsumen perempuan untuk membeli produk Maretta Oei Couture.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



- b. Bagi *celebrity endorser* Yuanita Christiani dapat mempertahankan kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), daya tarik (*attractiveness*), kepedulian (*respect*) dan persamaan (*similarity*) sebagai *celebrity endorser* yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial dan dapat membantu penjualan produsen.
- c. Hasil skripsi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Mareta Oei Couture.

2. Saran Akademis

- a. Bagi mahasiswa yang akan meneliti topik yang sama dapat memperluas kajian dalam bidang periklanan menjadi lebih beragam.
- b. Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama diharapkan dapat membuat dengan metode kualitatif agar hasilnya seimbang.
- c. Bagi mahasiswa selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan media sosial.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.