BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Pengaruh Lee Min Ho (public figure endorser) dalam iklan Luwak White Koffie sudah baik karena sebagian besar indikator yang digunakan untuk mengukur public figure menunjukkan bahwa konsumen setuju. Maka dapat dikatakan bahwa public figure yang digunakan Luwak White Koffie sudah

Lee Min Ho sebagai public figure endorser memiliki pengaruh terhadap minat beli produk dengan baik. Dapat dilihat dari sebagian besar responden memberikan tanggapan yang positif dengan menyatakan keinginan untuk membeli, merefrensikan, mengutamakan dan mengeksploratif produk.

Institut Bittsaran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai

daberikut:

Informatika iklan
bahw
nantii
Nantii Bagi perusahaan, untuk meningkatkan minat beli produk melalui public figure, iklan Luwak White Koffie sebaiknya lebih memberikan bukti secara nyata bahwa Lee Min Ho suka mengkonsumsi Luwak White Koffie sehingga nantinya masyarakat menjadi lebih yakin bahwa Luwak White Koffie adalah



penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG produk yang berkualitas tinggi sehingga menjadi pilihan Lee Min Ho dalam

mengkonsumsi kopi.

dorongan bagi konsumen untuk membeli produk. Untuk itu saran yang

Penilaian terhadap minat beli dengan penilaian terendah adalah mengenai

diberikan sebaiknya pihak Luwak White Koffie lebih memberikan visualisai

akan kualitas dan kelebihan produk sehingga mampu mendorong konsumen

untuk melakukan pembelian.

Selain itu peneliti menyarankan perusahaan untuk lebih meningkatkan daya

tarik yang besifat di luar produk seperti beli satu gratis satu, undian berhadiah

maupun bonus merchandise secara langsung. Hal ini dimaksud untuk

memancing lebih banyaknya minat beli konsumen dikarenakan keuntungan

yang didapat konsumen dari daya tarik yang bersifat diluar produk tersebut.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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,

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie