



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dalam penelitian mengenai Pengaruh *Celebrity Endorser* Lionel Messi pada Iklan Shampo *Head & Shoulders Men* terhadap Minat Pembelian Konsumen di *Time Futsal Kelapa Gading* yang menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti menyebarkan kuisioner kepada 100 responden yang datang ke *Time Futsal Kelapa Gading*. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Celebrity Endorser* Lionel Messi pada Iklan Shampo *Head & Shoulders Men* terhadap Minat Pembelian Konsumen di *Time Futsal Kelapa Gading* terbukti tidak ada pengaruh. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,177. Signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel (X) *Celebrity Endorser* Lionel Messi terhadap Variabel (Y) Minat pembelian konsumen di *time futsal Kelapa Gading*.
2. Berdasarkan hasil rata-rata distribusi frekuensi keseluruhan variabel bebas (X) dan terikat (Y) masing-masing terdapat pada angka 3,82 dan 3,32 dimana kedua angka tersebut berada pada rentang pilihan **Setuju**, yang menandakan bahwa responden bersifat setuju dalam menerima pernyataan-pernyataan positif yang peneliti nyatakan.
3. Hasil dari analisis hubungan determinasi ( $R^2$ ) dari pengaruh *Celebrity Endorser* Lionel Messi terhadap minat pembelian diperoleh 0.19 atau 1,9%, dipengaruhi oleh *Celebrity Endorser* Lionel Messi, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



4. Hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji t, maka dari hasil yang diperoleh  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Nilai  $t_{hitung} 1,361 > t_{tabel} 2,576$ , hal ini membuktikan tidak adanya pengaruh *celebrity endorser* Lionel Messi pada iklan shampo *head & shoulders men* terhadap minat pembelian konsumen di *Time* futsal Kelapa Gading.

5. Dari hasil data yang diteliti dapat disimpulkan bahwa pengaruh kredibilitas, daya tarik, dan kharisma Lionel Messi dinilai belum dapat membawa pengaruh positif terhadap minat pembelian pengunjung *time futsal*.

## B. Saran

Dalam penelitian ini, penulis juga ingin memberikan saran kepada P&G selaku pemilik produk shampo *Head & Shoulders Men*. Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang diberikan sebagai berikut :

1. Pada saat pemilihan *celebrity endorser*, perusahaan hendaknya lebih memperhatikan atribut-atribut yang ada dalam diri *celebrity endorser*. Kredibilitas, daya tarik, dan kharisma yang dimiliki *celebrity endorser* harus benar-benar sesuai dengan produk yang akan di iklan kan.
2. Seorang *celebrity endorser* harus memiliki atribut-atribut yang mumpuni sebagai seorang *endorser*. Diharapkan *Celebrity Endorser* dapat tampil dengan baik sebagai seorang *endorser* sehingga dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap produk yang di iklan kan.



3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan terdapat metode pengujian lainnya, seperti metode penelitian kualitatif dengan melihat dari sisi lain penggunaan *celebrity endorser* Lionel Messi pada Iklan shampo *Head & Shoulders Menatau* menambahkan konsep lain.

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.