

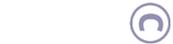
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini yakni:

1. *Visibility* JKT48 tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk Erigo *Visibility* JKT48 tidak kuat dan tidak memiliki dampak terhadap produk yang dipromosikan sehingga tidak dapat menimbulkan niat beli konsumen untuk membeli produk Erigo.
2. *Credibility* JKT48 berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk Erigo sehingga JKT48 memiliki *credibility* yang kuat dan dapat menimbulkan dampak positif terhadap produk yang dipromosikan sehingga dapat menimbulkan niat beli konsumen untuk membeli produk Erigo.
3. *Attractiveness* JKT48 tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk Erigo *attractiveness* JKT48 tidak berdampak terhadap produk yang dipromosikan sehingga tidak dapat menimbulkan niat beli konsumen untuk membeli produk Erigo.
4. *Power* JKT48 berpengaruh signifikan terhadap niat beli produk Erigo JKT48 memiliki *power* yang kuat dan dapat menimbulkan dampak positif terhadap produk yang dipromosikan sehingga dapat menimbulkan niat beli konsumen untuk membeli produk Erigo.





B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Banyaknya promosi di media sosial dengan menggunakan *endorsement* agar perusahaan dapat bersaing, oleh karena itu perusahaan harus memilih seorang *endorser* yang tepat. Pemilihan *endorser* yang tepat dapat mempengaruhi niat beli karena dapat meningkatkan niat beli produk yang ditawarkan, dari hasil penelitian ini konsumen tidak memandang fisik ataupun kepopuleran seorang *celebrity endorser* dalam mempromosikan produk namun konsumen cenderung mengutamakan pengetahuan tentang produk yang dipromosikan oleh *endorser*, kejujuran dalam menyampaikan pesan dan memperkuat konsumen untuk membel produk yang ditawarkan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah *visibility, credibility, attractiveness, power* dan niat beli. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengganti variabel berbeda yang memiliki pengaruh dalam niat beli, agar dapat menambah wawasan mengenai *endorserment* dan agar mendapatkan hasil yang lebih luas. Peneliti menyarankan agar mengganti objek dan subjek pada penelitian karena cakupannya hanya berfokus pada produk Erigo dan JKT48.

1. Disarankan untuk mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantarkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.