

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan kepada anggota grup Facebook Asus Zenfone Indonesia Community mengenai pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli pada produk Asus Zenfone 4 Selfie Pro, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Persepsi konsumen terhadap *celebrity endorser* pada produk *smartphone* Asus Zenfone 4 Selfie Pro menurut konsumen berada pada kategori yang cukup tinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kinerja Tatjana Saphira selaku *endorser* Asus sudah cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *attractiveness* (daya tarik) memiliki penilaian paling tinggi. Berdasarkan hasil wawancara, mereka mengatakan bahwa Tatjana Saphira memiliki daya tarik fisik yang menarik, cukup akrab dengan pengikutnya, cukup disukai oleh berbagai kalangan dan memiliki sedikit kesamaan gaya hidup. Hal ini tentunya merupakan kelebihan yang dimiliki oleh Tatjana Saphira dan dapat dimanfaatkan oleh Asus untuk semakin meningkatkan penjualannya. Sedangkan indikator *trustworthiness* (kepercayaan) memiliki penilaian paling rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara kepada responden yang menyatakan bahwa Tatjana Saphira hanyalah seorang artis yang kurang memiliki basic mengenai dunia *smartphone*.
2. Tingkat minat beli konsumen pada produk *smartphone* Asus berada pada kategori yang cukup tinggi. Artinya konsumen cukup berminat untuk membeli *smartphone* Asus Zenfone 4 Selfie pro. Minat beli memiliki empat indikator, yakni *inquire*, *interest*, *consider* dan *willingness*. Indikator *inquire* (*keingintahuan*) merupakan indikator tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya. Artinya responden memiliki keingintahuan untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai *smartphone* Asus Zenfone 4 Selfie Pro setelah melihat *endorser* menggunakannya. Berdasarkan hasil

wawancara, mereka tertarik untuk mencari tahu *smartphone* Asus Zenfone 4 selfie pro setelah melihat Tatjana Saphira menggunakan produk tersebut dalam iklan.

3. Pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli pada produk *smartphone* Asus Zenfone 4 selfie pro berada pada tingkat hubungan yang kuat. Koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 50,4%. Artinya adalah minat beli konsumen dipengaruhi oleh *celebrity endorser* adalah sebesar 50,4%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh *celebrity endorser* terhadap minat beli, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dialami oleh Asus, sehingga hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Asus maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil keputusan.

1. Asus dapat menarik lebih banyak konsumen dengan cara menambah jumlah *endorser* yang digunakan. Hal ini tentunya dapat menjadi sebuah solusi, karena dengan semakin banyaknya *endorser*, semakin banyak pula target pasar yang akan dapat dituju. Tetapi pemilihan *endorser* juga sebaiknya diperhatikan. Tidak hanya menggunakan *endorser* dari kalangan selebritas, tetapi hendaknya menggunakan *endorser* yang sudah berpengalaman, khususnya dalam bidang *smartphone*. Sehingga, konsumen pun akan lebih mengakui kredibilitas dan perkataan *endorser* tersebut.
2. Untuk meningkatkan minat beli, *endorser* Asus hendaknya menambah ulasan mengenai *smartphone* yang sedang dipromosikan. *Endorser* Asus dapat mempelajari fitur-fitur atau spesifikasi produk sebelum menjelaskannya kepada *audiens*. Selain itu, *endorser* Asus yang tidak berlatar belakang seorang ahli *smartphone* hendaknya menambah ilmu mengenai *smartphone*, sehingga ilmu akan semakin meningkat dan *audiens* pun akan semakin percaya. Jika hal ini dilakukan, besar kemungkinan minat beli konsumen akan meningkat.

3. Untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lain, diharapkan meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor lain yang dapat diteliti dalam penelitian selanjutnya dapat berupa *Sales Promotion, Event & Experiences Public Relations and Publicity, Online & Social Media Marketing, Mobile Marketing, Direct & Database Marketing* maupun *Personal Selling*. Hal ini dilakukan agar semakin memperoleh gambaran yang lebih jelas dan lengkap mengenai minat beli terhadap produk *smartphone* Asus Zenfone 4 selfie pro.