

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari seluruh rangkaian aspek penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan menggunakan alat uji statistic SPSS pada pembahasan yang terdapat pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Kredibilitas *Celebrity Endorser* Dalam Iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” Terhadap Keputusan Pembelian. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan.

Kredibilitas *celebrity endorser* memiliki hubungan yang signifikan atau berkorelasi dengan tingkat hubungan kuat dalam iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” dengan nilai signifikansi 0.000 dan nilai korelasi yaitu sebesar 0,690. Artinya kredibilitas *celebrity endorser* dalam iklan ms glow for men versi “semua juga bisa” menimbulkan adanya hubungan yang signifikan dan kuat pada tingkat keputusan pembelian para followersnya atau pengikutnya. Dengan kontribusi tertinggi pada pernyataan *Celebrity endorser* yang digunakan dalam iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” telah menjawab permasalahan kebutuhan *skincare* para followersnya.

Kredibilitas *celebrity endorser* dalam iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 47,7%. Artinya kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*) dan daya tarik (*attractiveness*) dalam iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” dapat memicu keputusan pembelian produk *skincare* MS Glow for Men. Dengan kontribusi tertinggi pada daya tarik (*attractiveness*) sehingga adanya paras yang unik, reputasi yang baik, berpenampilan unik dan kesamaan hobi antara *celebrity endorser* dengan followersnya sehingga memicu transaksi pembelian oleh followersnya. Iklan Ms Glow For Men Versi “Semua Juga Bisa” terlihat unik dan beda dari kebanyakan *celebrity endorser* iklan *skincare* lainnya, hal ini terlihat semakin tinggi tingkat Kredibilitas *celebrity endorser* yang digunakan, maka akan semakin meningkatnya tingkat Keputusan Pembelian produk MS Glow for Men sebesar 0,704.

5.2 Saran

Berdasarkan atas kesimpulan yang sudah diuraikan, maka berikut ini saran yang diberikan oleh penulis sebagai berikut:

5.2.1 Saran praktis

Pihak Ms Glow For Men dapat mempertahankan faktor daya tarik dan keunikan pada diri selebriti endorser, karena daya tarik endorser yang unik merupakan indikator dengan kontribusi paling tinggi yang mampu mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang diiklankan sehingga dapat memicu transaksi pembelian produk *skincare* sehingga MS Glow For Men dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

5.2.2 Saran Teoritis

Karena responden pada penelitian ini didominasi oleh pelajar dan mahasiswa, untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan responden yang lebih variatif dan memperluas populasi dan sampel penelitian, dengan maksud sampel yang digunakan tidak berfokus pada suatu kategori tertentu dan benar-benar mencerminkan kondisi realita yang ada atau terjadi. Melihat keterbatasan pada penelitian ini yang juga hanya berfokus pada populasi followers akun instagram @msglowformen.