

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada produk Yamaha N-Max di Jakarta Selatan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian signifikansi secara parsial untuk variabel iklan menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya adalah iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis 1 (H_1).
2. Pengujian signifikansi secara parsial untuk variabel celebrity endorser menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya adalah celebrity endorser berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis 2 (H_2).
3. Pengujian signifikansi secara parsial untuk variabel citra merek menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya adalah citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis 3 (H_3).
4. Pengujian signifikansi secara simultan untuk variabel iklan, celebrity endorser dan citra merek juga menunjukkan hasil H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya adalah iklan, celebrity endorser dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis 4 (H_4).
5. Pengujian koefisien determinasi (R^2) menghasilkan tingkat kontribusi pengaruh dari variabel iklan, celebrity endorser dan citra merek terhadap variabel minat beli adalah sebesar 61,7%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti variabel harga, kualitas produk, loyalitas pelanggan dan lain-lain.

V.2 Saran

Saran yang diberikan untuk menjadi masukan bagi perusahaan Yamaha adalah :

1. Untuk meningkatkan penjualan haruslah memperhatikan setiap iklan yang ditayangkan, celebrity pendukung produk dan menjaga citra dari perusahaan itu sendiri agar terbentuk minat beli. Hal ini dikarenakan hasil dari penelitian yang menunjukkan bahwa ketiga faktor sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sama sebaiknya diharapkan dapat memperluas sampel pada suatu wilayah.

