

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap minat beli pada konsumen Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken* di Bekasi berdasarkan *celebrity endorser*, *advertising* dan diferensiasi produk, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *Celebrity Endorser* (X1), *Advertising* (X2) dan Diferensiasi Produk (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y), hal ini dibuktikan dengan uji F dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H1 diterima. Dengan besar pengaruh 0,586 atau 58,6 %
2. Variabel *Celebrity Endorser* (X1) secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai signifikansi sebesar $0,855 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $0,183 < 1,984$ yang artinya H2 ditolak.
3. Variabel *Advertising* (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y), hal tersebut dibuktikan dengan Uji T dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $3,370 > 1,984$ yang artinya H3 diterima.
4. Variabel Diferensiasi Produk (X3) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y), hal tersebut dibuktikan

dengan Uji T dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $5,333 > 1,984$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang penulis dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Sebaiknya Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken* lebih memperbanyak dan membuat suatu hal yang baru dan inovatif dalam kegiatan promosi nya terus menerus selain menggunakan *celebrity endorser* supaya bisa menarik konsumen dan lebih terkenal di pasaran dengan kekuatan, keunikan, serta keuntungan sehingga akan mudah berkesan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian.
- b. Sebaiknya produk Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken* dapat terus meningkatkan *advertising*, supaya *advertising* yang diciptakan berkualitas, lebih kreatif dan berinovasi agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.
- c. Sebaiknya perusahaan Mie Sedaap *Selection Korean Spicy Chicken* lebih meningkatkan diferensiasi produk dengan menghadirkan beberapa macam varian mie *selection korean* lainnya seperti keunggulan cita rasa, bentuk kemasan yang berbeda serta design kemasan yang unik agar mudah dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk.