

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Terlihat dari hasil perhitungan SPSS Koefisien Determinasi sebesar 70%. Selanjutnya setelah melakukan uji hipotesis secara simultan (Uji F) memperoleh hasil F hitung $>$ F tabel yaitu $71,448 > 2,70$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara *celebrity endorsement*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nyio *et al* (2022), Setyanti & Zunaida (2021) yang menyatakan *celebrity endorsement*, testimoni dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.
2. *Celebrity endorsement* memiliki pengaruh terhadap minat beli. Terlihat dari hasil perhitungan SPSS Koefisien Determinasi sebesar 53,3%. Selanjutnya setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (Uji t) memperoleh hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $10,354 > 1,98609$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara *celebrity endorsement* terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhaefina *et al* (2021), Kurniawan & Susanto (2020), Pratiwi *et al* (2020), Fernandi & Farida (2022), Firli *et al* (2021), Wasitaningrum &

Cahya (2022), dan Hidayat *et al* (2021) yang menyatakan *celebrity endorsement* berpengaruh terhadap minat beli.

3. Testimoni memiliki pengaruh terhadap minat beli. Terlihat dari hasil perhitungan SPSS Koefisien Determinasi sebesar 47,3%. Selanjutnya setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (Uji t) memperoleh hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $9,177 > 1,98609$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara testimoni terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhaefina *et al* (2021), Kurniawan & Susanto (2020), Firlil *et al* (2021), Setyanti & Zunaida (2021), Salima & Herwin (2022) yang menyatakan testimoni berpengaruh terhadap minat beli.
4. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Terlihat dari hasil perhitungan SPSS Koefisien Determinasi sebesar 61,9%. Selanjutnya setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (Uji t) memperoleh hasil t hitung $>$ t tabel yaitu $12,350 > 1,98609$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fernandi & Farida (2022), Nyio *et al* (2022), Setyanti & Zunaida (2021), Wasitaningrum & Cahya (2022), Hidayat *et al* (2021) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan adalah sebagai berikut:

1. Disarankan manajemen Vans Indonesia meningkatkan strategi promosi dalam melakukan endorsement melalui selebriti atau *public figure* agar minat beli dapat meningkat. Dalam mempromosikan produknya sebaiknya melakukan *endorsement* melalui selebriti yang memiliki daya tarik kuat dan positif, memiliki kredibilitas yang baik serta dapat mewakili produk Vans.
2. Disarankan manajemen Vans Indonesia memperbanyak postingan mengenai testimoni dari pelanggan yang berguna dalam menarik minat beli konsumen terhadap Vans Indonesia. Dengan menampilkan testimoni yang positif, calon konsumen akan mengetahui bagaimana produk Vans tersebut dan berminat untuk membeli.
3. Disarankan manajemen meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menambah minat beli konsumen.