

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada sepeda motor matik Yamaha Mio maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dilihat dari uji T, variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik Yamaha Mio  $T_{hitung} > T_{tabel} = 11,641 > 1,984$ . *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat pembelian sepeda motor matik Yamaha Mio yaitu sebesar 58,0% dan sisanya 42,0% dipengaruhi oleh variabel lain, *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pembelian yang berarti minat pembelian konsumen akan meningkat apabila strategi *celebrity endorser* menarik minat konsumen dengan baik.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Yamaha Mio adalah :

1. Hendaknya pihak manajemen lebih memperhatikan lagi mengenai strategi *celebrity endorser* , karena *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat pembelian, oleh karena itu perusahaan harus

memilih *celebrity endorser* yang menarik minat pembeli agar produk Yamaha Mio terus meningkat.

2. Untuk meningkatkan minat pembelian melalui strategi *celebrity endorser* hendaknya perusahaan memberikan sesuatu yang menarik perhatian konsumen seperti pemilihan pada *brand ambassador* sepeda motor matik terbaru, cara mempromosikannya lebih unik, penambahan fitur-fitur, perbaikan tampilan agar lebih menarik, dan inovasi-inovasi baru yang merupakan keunggulan dari produk, sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli sepeda motor matik khususnya sepeda motor matik Yamaha Mio.

