

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang seberapa besar pengaruh *Attractiveness*, *Trustworthiness*, dan *Expertise* terhadap Minat Beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Attractiveness* berpengaruh terhadap minat beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung.
2. *Trustworthiness* berpengaruh terhadap minat beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung.
3. *Expertise* berpengaruh terhadap minat beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung.
4. *Attractiveness*, *Trustworthiness*, dan *Expertise* secara simultan berpengaruh terhadap minat beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai *attractiveness*, *trustworthiness*, dan *expertise* terhadap minat beli produk Emina pada pengguna Instagram di Bandar Lampung, maka perlu diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. *Celebrity endorser* seharusnya mampu meyakinkan masyarakat yang mengikuti iklan produk Emina yang dipresentasikan agar mereka memiliki minat untuk membeli produk Emina. Sang *endorser* hendaknya memahami dan menguasai cara-cara mengkomunikasikan produk Emina.

2. dengan ucapan (secara *verbal*) dengan baik. Sang endorser hendak lebih bisa berbahasa secara fasih dan jelas, juga mampu memberi penekanan-penekanan pada kata-kata yang menjadi inti informasi yang harus disampaikan agar konsumen lebih merasa peduli atau memperhatikan, dan kemudian akan timbul minat untuk membeli produk yang ditawarkan.
3. *Celebrity endorser* disarankan untuk lebih menjiwai pesan iklan produk yang disampaikan. Sang *endorser* seharusnya memahami maksud dan tujuan produk yang dia presentasikan agar dirinya dapat menikmati setiap perkataan dan perbuatan dalam penyampaian iklan tersebut.
4. *Celebrity endorser* produk Emina seharusnya memahami pengetahuan produk (*product knowledge*) tentang produk Emina secara baik agar si *endorser* mampu mentransfer informasi dan mengkomunikasinya dengan para konsumen. Pengetahuan produk yang semestinya dikuasi oleh *endorser* adalah pengetahuan tentang manfaat produk, karakteristik dan spesifikasi produk, dan kepuasan produk.
5. Perusahaan yang meng-*endorse* selebriti hendak memilih dan menggunakan orang-orang terkenal yang secara luas dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat konsumen yang menjadi target penjualan produk Emina.