

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan TV dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Online shop Shopee. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa Universitas Negeri Medan sebanyak 100 responden dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan analisis data dan evaluasi maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan Uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel bebas Iklan TV dan Celebrity Endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online shop Shopee. Ini artinya dengan penggunaan Celebrity Endorser yang tepat dan baik saat mengiklankan online shop Shopee di TV akan memberikan kesan dan respon positif dari konsumen yang melihatnya sehingga menimbulkan minat beli bagi para konsumen.
2. Berdasarkan Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*) dapat disimpulkan bahwa Celebrity Endorser (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Iklan TV (X1) hal ini menunjukkan bahwa semakin baik celebrity endorser dalam mengiklankan shopee di televisi maka semakin baik pula respon positif yang diterima shopee dari kosumen, selanjutnya Celebrity Endorser (X2) tidak berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) Hal ini menunjukkan bahwa celebrity endorser yang dipakai shopee dalam

beriklan belum tentu mendorong minat beli konsumen untuk membeli produk yang ada di shopee karena celebrity yang dipakai berpakaian senonoh yang ditakutkan akan ditiru oleh anak-anak yang masih dibawah umur, dan selanjutnya Pengaruh Iklan TV (X1) terdapat pengaruh terhadap Minat Beli (Y) hal ini menunjukkan bahwa semakin baik visual iklan ,pesan, dan slogan iklan yang disampaikan shopee maka semakin meningkat pula minat beli konsumen untuk berbelanja di shopee.

3. Nilai R Square menunjukkan bahwa variabel independen Iklan TV dan Celebrtity Endorser secara simultan terhadap variabel Y sebesar 59,7% sementara sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian yang mempengaruhi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi akademis

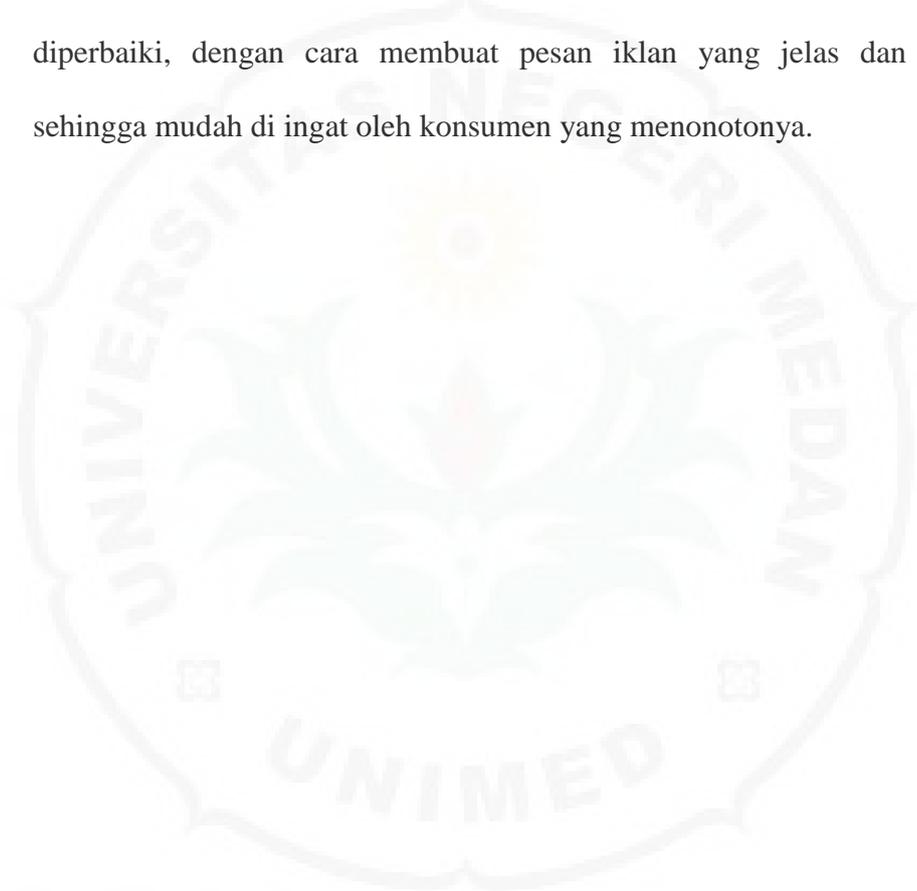
Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian yang baru dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar yang sudah digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

- Shopee harus pandai memilih celebrity endorser yang sesuai dengan image shopee sendiri, dengan cara menggunakan celebrity endorser yang jauh dari

masalah hukum ataupun hanya mencari sensi saja, agar konsumen yang melihatnya tertarik untuk berbelanja di Shopee.

- Pesan Iklan TV yang disampaikan Shopee juga harus lebih ditingkatkan dan diperbaiki, dengan cara membuat pesan iklan yang jelas dan singkat sehingga mudah di ingat oleh konsumen yang menonotonya.



THE
Character Building
UNIVERSITY