

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis yang dilakukan dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 25 mengenai “ Pengaruh kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* terhadap minat beli sepatu casual 3second” maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat beli. Artinya semakin tinggi kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* semakin tinggi juga minat konsumen dalam membeli produk sepatu casual 3Second.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan Penggunaan kualitas yang digunakan untuk sepatu casual 3Second bagus untuk menarik minat beli
3. Citra merek tidak terdapat pengaruh terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan citra merek suatu perusahaan yang baik akan sangat berpengaruh terhadap naik turunnya minat beli para konsumen.
4. *Celebrity endorser* tidak terdapat pengaruh antara variabel *celebrity endorser* terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan *celebrity endorser* yang digunakan perusahaan 3Second tidak berpengaruh terhadap terjadinya minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan mendatang. Adapun saran peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden masyarakat kabupaten Kuningan, pertanyaan pada variabel Kualitas Produk indikator *Performance* (kinerja) merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu saran peneliti perusahaan harus mempertimbangkan dalam memilih bahan baku dengan kualitas yang lebih baik yang akan digunakan untuk produk sepatu casual 3Second agar konsumen memiliki rasa minat untuk membeli.
2. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden masyarakat kabupaten Kuningan, pertanyaan pada variabel citra merek *brand personality* (kepribadian merek) merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu saran peneliti untuk perusahaan harus evaluasi penyebab rendahnya citra merek perusahaan serta tingkatkan kualitas produk dan layanan.
3. Berdasarkan hasil angket atau kuesioner yang telah diberikan kepada 100 responden masyarakat kabupaten Kuningan, pertanyaan pada variabel *celebrity endorser* indikator *respect* (kualitas dihargai) merupakan indikator dengan skor terendah. Untuk itu saran peneliti perusahaan harus mempertimbangkan dalam memilih artis atau aktor yang akan menjadi

celebrity endorser produk, apakah artis tersebut cocok untuk produk tersebut dan apakah artis tersebut memahami atau mempunyai pengetahuan yang luas tentang sepatu casual 3Second hal tersebut harus ditingkatkan guna membuat konsumen percaya pada produk sepatu casual 3Second.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya sebatas meneliti variabel terkait kualitas produk citra merek dan *celebrity endorser* yang dapat ditambah atau diperluas kembali dengan variabel - variabel bebas lainnya seperti *branding* , *online customer review* dan lain lainnya. Selain variabel peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek lainya seperti produk makanan, minuman, dan lainnya. Dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.