

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis beberapa tahap berupa pengumpulan data, analisis dan interpretasi dan hasil uji, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil regresi, variabel *celebrity endorsement* memiliki koefisien 0,384, yang berarti terdapat hubungan yang positif antara *celebrity endorsement* yang dilakukan oleh akun TikTok @Jejouw terhadap minat beli konsumen Mahasiswa S1 DI Yogyakarta pada produk sepatu “Compass”. Semakin tinggi kepopuleran, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan *celebrity endorsement* Jejouw, maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk sepatu lokal “Compass” pada Mahasiswa S1 Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Variabel *celebrity endorsement* (X) mempunyai nilai sig  $0,000 < 0,05$  yang berarti variabel *celebrity endorsement* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima artinya dengan menggunakan jejouw sebagai *celebrity endorsement* mempengaruhi minat beli terhadap sepatu compass khususnya pada mahasiswa S1 Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini diketahui nilai *R square* sebesar 0.764 yang dapat dikatakan bahwa pengaruh dari

variabel X (*celebrity endorsement*) terhadap Y (minat beli) sebesar 76,4% dan selebihnya 23.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak peneliti teliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi instansi

Untuk brand Sepatu Compass, diharapkan untuk tetap berada di garis depan dalam hal penelitian dan inovasi dalam industri sepatu. Selalu cari tahu tren terbaru, meningkatkan kualitas produk, dan mengembangkan ide-ide yang unik dan kreatif untuk memastikan produk-produk Sepatu Compass tetap diminati oleh konsumen. Dalam pemanfaatan pengaruh "*celebrity endorsement*", manfaatkan kehadiran *celebrity* di media sosial untuk meningkatkan kehadiran merek Sepatu Compass secara *online*. Dukung konten *celebrity* dengan tantangan, kampanye yang kreatif atau *giveaway* untuk mendorong partisipasi konsumen dan memperluas jangkauan *brand*.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat meneliti lingkup yang lebih luas dengan menggunakan media sosial lain yang berbeda, serta dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti metode kualitatif.