

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa artis *endorser* berpengaruh terhadap minat membeli samphoo Rejoice di lingkungan SMA Muhammadiyah II Yogyakarta. Walaupun hasil dari pengolahan data memberikan angka yang tidak begitu besar yaitu hanya 17,3% tapi peneliti yakin bahwa iklan shampoo rejoice tetap berpengaruh terhadap minat membeli responden.

Hanya saja persentase yang lebih besar pasti dipengaruhi oleh faktor lain seperti, kemasan atau formula yang dipakai dalam shampoo rejoice tersebut yang mempengaruhi responden untuk membeli shampoo rejoice.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan samphoo Rejoice supayadalam pembuatan iklan hendaknya memperhatikan atribut-atribut artis *endorser* untuk meningkatkan minat beli masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar penelitian ini dapat dijadikan referesni dan dikembangkan ke variabel lain yang diduga akan mempengaruhi

minat beli misalnya kepuasan pembeli, kualitas produk, dan sebagainya dengan analisis yang lebih mendalam (*in-depth*) dengan wawancara.