

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penggunaan *Brand Ambassador* Blackpink efektif dalam menarik minat beli konsumen di *online shop* Shopee dikarenakan, grup penyanyi Blackpink dalam iklan Shopee memiliki kekuatan untuk menarik perhatian konsumen. Sehingga dapat mendukung minat beli konsumen.
2. Penggunaan *Celebrity Endorsement* Blackpink efektif dalam menarik minat beli konsumen di *online shop* Shopee dikarenakan, grup penyanyi Blackpink cocok menjadi *Celebrity Endorsement* Shopee. sehingga dapat mendukung minat beli konsumen.
3. Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* Blackpink efektif dalam menarik minat beli konsumen di *online shop* Shopee dikarenakan, grup penyanyi Blackpink dalam iklan Shopee memiliki kekuatan untuk menarik perhatian konsumen dan cocok menjadi *Celebrity Endorsement* Shopee. Sehingga dapat mendukung minat beli konsumen.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa masukan yang dapat menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan *Brand Ambassador*, *Celebrity Endorsement*, dan Minat Beli. Diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

- a. Untuk *Brand Ambassador*, menurut saran penulis seharusnya pemimpin lebih memperhatikan lagi efektivitas penggunaannya, serta *image*, kecocokan dan kemampuan selebriti yang dijadikan *Brand Ambassador* agar dapat meningkatkan minat beli konsumen lebih banyak lagi.
- b. Untuk *Celebrity Endorsement*, menurut saran penulis seharusnya pemimpin lebih memperhatikan lagi jumlah *followers* (pengikut) selebriti endorser agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dari pengikut selebriti tersebut, sehingga dapat menarik minat beli konsumen.
- c. Untuk Minat Beli, menurut saran penulis seharusnya pemimpin selalu memenuhi keinginan konsumen, dan memilahat *trend* yang ada saat ini. Serta menggunakan jasa *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* seorang selebriti yang memang memiliki jumlah pengikut atau penggemar yang banyak dan memiliki *image* atau citra yang baik di masyarakat.

2. Bagi peneliti

Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Efektivitas Penggunaan *Brand Ambassador* dan *Celebrity Endorsement* Blackpink Terhadap Minat Beli Konsumen di Online Shop Shopee. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara)