

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis menganalisis terkait *Celebrity Endorsement* sebagai variabel X1, Testimoni sebagai variabel X2, Minat Beli sebagai variabel Y dan Media Sosial sebagai variabel Z sehingga penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan *Celebrity Endorsement* berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Media Sosial. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_1 .
2. Hasil pengujian hipotesis (H_2) telah membuktikan Testimoni berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Media Sosial. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_2 .
3. Hasil pengujian hipotesis (H_3) telah membuktikan *Celebrity Endorsement* berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_3 .

4. Hasil pengujian hipotesis (H_4) telah membuktikan Testimoni berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_4 .
5. Hasil pengujian hipotesis (H_5) telah membuktikan Media Sosial berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_5 .
6. Hasil pengujian hipotesis (H_6) telah membuktikan Media Sosial mampu memediasi secara parsial *Celebrity Endorsement* terhadap Minat Beli. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menerima H_6 .
7. Hasil pengujian hipotesis (H_7) telah membuktikan Media Sosial tidak mampu memediasi (*unmediated*) Testimoni terhadap Minat Beli. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,051 tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti hipotesis dalam penelitian ini menolak H_7 .

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Jumlah responden yang hanya 150 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Kesulitan dalam menemukan jurnal yang sama dengan penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian pengaruh *celebrity endorsement*, testimoni terhadap minat beli melalui media sosial. Sehingga perlu di kembangkan pada penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum di teliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka saran yang dapat direkomendasikan adalah :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak dan lebih spesifik serta populasi yang diteliti tidak hanya pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti selanjutnya bisa menambah beberapa sampel dan meneliti populasi yang lebih spesifik seperti pada komunitas pengguna skincare Y.O.U di media sosial yang ingin diteliti. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c. Diharapkan adanya variabel lain dengan menambahkan variabel X3 atau mengubah variabel yang ada dengan variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

- a. Diharapkan perusahaan *brand* Y.O.U terus mempertahankan usahanya dalam menyampaikan informasi yang jujur dan detail.
- b. Perusahaan terus mempertahankan manajemennya dalam mengontrol testimoni pada media sosial Tiktok agar tetap stabil.
- c. Perusahaan tetap mempertahankan manajemennya dalam mengontrol keahlian *celebrity endorsement* yang digunakan dalam memasarkan produk.

