

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dari peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Terdapat variabel *celebrity endorser* yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Lazada pada masyarakat kota Batam. Berpengaruhnya berantara variabel *celebrity endorser* dengan variabel minat beli konsumen *e-commerce* Lazada pada masyarakat kota Batam ditemukan pada indikasi dengan memiliki pengaruh *celebrity endorser* dan iklan terhadap minat beli konsumen meningkat.
2. Terdapat variabel iklan yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Lazada pada masyarakat kota Batam. Berpengaruhnya berantara variabel iklan dengan variabel minat beli konsumen *e-commerce* Lazada pada masyarakat kota Batam ditemukan pada indikasi dengan memiliki pengaruh *celebrity endorser* dan iklan terhadap minat beli konsumen meningkat.
3. Terdapat variabel *celebrity endorser* dan iklan yang berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Lazada pada masyarakat kota Batam. Berdasarkan hasil uji penelitian pada uji F diketemukan bahwa secara simultan atau bersama-

sama *celebrity* endorser dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dibagian atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dalam penelitian ini:

1. Diharapkan pada Lazada dilanjurkan memakai strategi pemasaran dengan melewati *celebrity endorser* dengan dapat menarik perhatian minat beli konsumen maka dapat meningkatkan penjualan.
2. Sebaiknya Lazada meningkatkan dan menggunakan konten iklan secara kreatifitas, gambaran yang menarik dan pesan lebih dalam dibandingkan dengan iklan sebelumnya. Didasarkan pada hasil penelitian menemukan variabel iklan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Diharapkan pada Lazada bisa meneruskan penggunaan dan meningkatkan startegi pemasaran pada *celebrity endorser* dan iklan agar meningkatkan minat beli konsumen secara maksimal.
4. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat meneliti terhadap variabel yang belum pernah diteliti dandengan hasil uji peneliti dapat dijaikan panduan, tolok ukur dan dapat menjadikan perbandingan referensi pada peneliti lain yang selanjutnya.