

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Analisis terhadap hasil temuan pada pengujian sebelumnya dapat memuat berbagai simpulan, seperti penjelasan berikut:

1. *Celebrity endorsement* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli *brand* Erigo di kalangan mahasiswa Kota Batam.
2. Citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli *brand* Erigo di kalangan mahasiswa Kota Batam.
3. Daya tarik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli *brand* Erigo di kalangan mahasiswa Kota Batam.
4. *Celebrity endorsement*, citra merek dan daya tarik berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli *brand* Erigo di kalangan mahasiswa Kota Batam.

5.2 Saran

Sejumlah saran yang disampaikan dalam riset yang dilakukan ini tercantum dalam uraian berikut:

1. Erigo perlu memilih selebriti yang memiliki citra positif dan relevansi yang kuat dengan pasar sasaran, khususnya pada mahasiswa. Pemilihan endorser yang memiliki kedekatan emosional dengan audiens dapat memperkuat daya tarik dan mempengaruhi minat beli produk. Keberadaan endorser yang mampu menjalin hubungan emosional dengan konsumen akan menciptakan pengaruh yang lebih besar dan meningkatkan peluang produk tersebut lebih diminati oleh

target pasar. Kedekatan ini dapat menjadikan promosi lebih autentik dan efektif dalam menarik perhatian audiens.

2. Erigo perlu lebih memperkuat citra merek dengan memastikan komunikasi yang konsisten kepada audiens mengenai nilai-nilai inti yang diusung oleh merek Erigo. Dengan langkah ini, Erigo dapat membangun kepercayaan konsumen serta menciptakan loyalitas jangka panjang. Selain itu, penting bagi Erigo untuk memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan misi merek dan dapat diterima dengan baik oleh pasar sasaran, sehingga tercipta hubungan yang lebih erat dan mendorong pembelian ulang serta rekomendasi positif dari konsumen.
3. Erigo perlu terus berupaya melakukan inovasi terkait daya tarik produk yang mereka tawarkan, dengan fokus pada pembaruan yang sesuai dengan selera dan tren yang berkembang di kalangan mahasiswa. Untuk itu, perusahaan harus selalu memastikan bahwasanya produk yang dipasarkan tetap relevan dan juga mengikuti perkembangan gaya hidup serta preferensi pasar sasaran. Dengan demikian, hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memberikan dorongan yang lebih kuat bagi para mahasiswa untuk melakukan pembelian.
4. Penelitian yang akan datang sebaiknya dapat mengembangkan studi ini dengan cara memperkenalkan variabel-variabel independen tambahan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap topik yang diteliti. Selain itu, memperbesar ukuran sampel yang terlibat juga akan dapat meningkatkan keandalan dan generalisasi hasil penelitian. Dengan memperluas cakupan sampel dan variabel yang digunakan, penelitian ini akan memiliki variasi yang lebih beragam, yang

tentunya akan memberikan wawasan yang lebih mendalam dan menarik untuk pengembangan pengetahuan di bidang yang dikaji.