

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 30 orang responden mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2017 dapat disimpulkan bahwa variabel kredibilitas (X_1) tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli produk pond's (Y), hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig sebesar $0,162 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $-1,438 < 2,048$ (t tabel). Sedangkan variabel variabel daya tarik (X_2) terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli produk pond's (Y), hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,127 > 2,048$ (t tabel).
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 30 orang responden mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2017 dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel kredibilitas (X_1) dan daya tarik (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli produk pond's (Y), hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig $0,003 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $7,449 > 3,35$ (F tabel).

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari analisis data, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Melihat dari hasil analisis yang menyebutkan bahwa *celebrity endorser* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk pond's pada mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2017, maka diharapkan produsen Pond's dapat meningkatkan performa perusahaan dengan mengembangkan promosi melalui *celebrity endorser* sebagai upaya peningkatan minat beli konsumen terhadap produk mereka sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya, melihat masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam lagi dan mencari serta meneliti variabel lain yang tidak termuat dalam penelitian ini mengingat dari hasil analisis diketahui bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas berupa kredibilitas (X_1) dan daya tarik (X_2) terhadap minat beli produk pond's (Y) sebesar 35,6% sedangkan sisanya yaitu sebesar 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.