

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari penjabaran penelitian tentang Pengaruh Promosi Produk Makanan Menggunakan *Celebrity Endorser* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen (Studi Pada Pengikut Akun @banjarmasinfood), dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Promosi ( $X_1$ ), memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,054 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $4,054 > 1,985$ ) dan besarnya nilai signifikan yang lebih rendah dari taraf signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).
2. Variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,057 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Celebrity Endorser* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Pembuktian dari pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $6,057 > 1,985$ ) dan besarnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).
3. Perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dapat diketahui bahwa angka  $F_{hitung}$  ternyata lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $99,117 > 3,090$ ), dengan demikian

terbukti bahwa semua variabel independen (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hal itu juga dilihat berdasarkan nilai sig. F sebesar 0,000 berada di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

## B. Saran-saran

### 1. Pemilik Akun Instagram @banjarmasinfood

Kepada pemilik akun Instagram @banjarmasinfood, hal yang seharusnya menjadi perhatian yaitu berkaitan dengan informasi yang disampaikan melalui *caption*. Diharapkan isi informasi tersebut dengan lengkap dan menarik, sebab digunakan sebagai penunjang dari video yang diunggah. Keahlian dalam menentukan dan menyusun kata atau yang sering disebut sebagai *copywriting* harus menggunakan kalimat yang menarik, agar para *followers* yang melihat unggahan milik akun Instagram @banjarmasinfood dapat mengetahui secara jelas informasi kuliner tersebut.

### 2. Pelaku Usaha yang Memakai Jasa Endorse

Ketika ingin melakukan endorse ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar produk yang dipromosikan berjalan secara optimal. Yaitu yang pertama, target pasar harus sesuai dengan *influencer* yang akan di endorse. Kedua, menghubungi pihak selebriti dengan sopan dan profesional, lalu tanyakan terkait *engagement rate* mereka. *Engagement rate* sangat penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui kinerja dan interaksi media sosial artis tersebut. Ketiga, ketahui *rate*

*card influencer*, *rate card* adalah tarif endorse yang dipatok untuk sekali posting. Pentingnya menanyakan tarif untuk menyesuaikan budget untuk melakukan promosi produk.

### 3. Konsumen yang Membeli

Karena banyaknya responden yang melakukan pembelian setelah melihat postingan dari *celebrity endorser*, diharapkan kepada konsumen memahami dengan bijak tahapan-tahapan proses keputusan pembelian ketika membeli suatu produk dan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk. Hal tersebut dilakukan supaya kita tidak sampai salah pilih dalam membeli produk dan produk yang akan kita beli nanti sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kita.

### 4. Kepada Pembaca

Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan peningkatan keputusan pembelian dengan promosi sebuah produk melalui *celebrity endorser* serta faktor-faktor yang mempengaruhi. Khususnya yang berminat untuk mengetahui lebih jauh tentang sebuah promosi yang dilakukan pada masa modern saat ini.

### 5. Peneliti Selanjutnya

Hendaknya dapat menerapkan metode yang berbeda untuk mengkaji dan mengulas hasil penelitian, seperti metode kualitatif.

Agar hasil yang diperoleh dapat dijabarkan secara lebih rinci dan mendalam menggunakan metode analisis data.