

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari pembahasan mengenai Kredibilitas *Celebrity Endorser* Pada *platform* TikTok Terhadap Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Daya Pikat Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Daya Pikat maka akan berdampak pada Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok, yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Daya Pikat yang dilakukan *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok dianggap mampu menjadi alat pemasaran di sosial media TikTok yang baik untuk menarik perhatian konsumen.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Keterpercayaan Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Keterpercayaan maka akan berdampak pada Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Terkait keterpercayaan

*Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok, seorang *Celebrity Endoser* harus memiliki keterpercayaan dari para pengikutnya sehingga pengikutnya mampu mengikuti apa yang sedang digunakan atau dilakukan oleh *Celebrity Endoser* mampu menarik pengikutnya untuk mengikuti.

3. Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara Keahlian Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok , yang menunjukkan bahwa semakin baik Keahlian *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok maka tidak akan berdampak pada Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok. Hal ini disebabkan oleh banyaknya *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok yang kurang memiliki keahlian untuk mengiklankan suatu produk dengan demikian para pengikutnya menganggap keahlian *Celebrity Endoser* tidak terlalu berpengaruh dalam minat beli mereka terhadap produk *Dessert Box Bittersweet By Najla*.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Perhatian Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok maka akan berdampak pada Perhatian Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwan kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platfotm* TikTok menciptakan hal yang positif bagi Pengguna TikTok sehingga

mampu menciptakan perhatian terhadap produk *Dessert Box Bittersweet By Najla*.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Ketertarikan Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok maka akan berdampak pada Ketertarikan Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok yang semakin tinggi begitupula sebaliknya.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Keinginan Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok maka akan berdampak pada Keinginan Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok mampu menciptakan keinginan Pengguna TikTok untuk membeli produk *Dessert Box Bittersweet By Najla*.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas *Celebrity Endoser* Terhadap Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* Dikalangan Pengguna TikTok dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok maka akan berdampak pada Minat Beli Produk *Dessert Box Bittersweet By Najla*

Dikalangan Pengguna TikTok yang semakin tinggi begitupula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Kredibilitas *Celebrity Endoser* pada *platform* TikTok mampu menciptakan Minat Beli Pengguna TikTok untuk membeli produk *Dessert Box Bittersweet By Najla*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti akan mengajukan saran-saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Ada pun saran-saran yang akan peneliti kemukakan adalah :

1. *Celebrity Endoser* harus mampu mempertahankan dan meningkat Kredibilitas dirinya untuk mempengaruhi pengikutnya agar pemasaran melalui *Celebrity Endoser* meningkat dengan cara memanfaatkan fitur fitur yang ada di TikTok, mampu memberikan kualitas dalam meng-iklankan suatu produk dengan meamksimalkan kualitas konten untuk di upload di TikTok.
2. *Dessert Box Bittersweet By Najla* harus mampu memilih *Celebrity Endoser* yang memiliki kredibilitas yang baik, agar produk *Dessert Box Bittersweet By Najla* mampu dikenal lebih luas dan peminatnya meningkat.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel lainnya yang diduga dapat mempengaruhi Minat Beli sehingga memberikan hasil yang lebih luas dan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti Kredibilitas terhadap Minat Beli,

sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.