

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kredibilitas endorser Smartphone Advan terhadap minat beli bagi fans club IndoBarca Jogja. Selain itu, adanya minat beli konsumen tidak serta merta karena kredibilitas endorser saja akan tetapi konsumen yang memiliki minat beli dalam penelitian ini adalah fans klub Barcelona di Yogyakarta mayoritasnya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 69 orang (69,00%), berusia lebih dari 30 tahun yakni sebanyak 37 orang (37,00%), memiliki masa keanggotaan lebih dari 5 tahun sebanyak 49 orang (49,00%), dan memiliki pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 46 orang (46,00%).

Hal ini dapat diartikan bahwa kredibilitas endorser berperan besar terhadap kesuksesan produk. Endorser yang memiliki pengetahuan, keahlian atau pengalaman yang relevan dan dapat dipercaya untuk memberikan informasi yang objektif dan tidak bias akan lebih dapat melakukan persuasi dibandingkan dengan seorang sumber (*endorser*) yang kurang memiliki keahlian dan tidak dapat dipercaya. Keberadaan endorser yang kredibel sebagai juru komunikasi diyakini dapat meningkatkan minat beli fans club Barcelona di Yogyakarta terhadap Smartphone Advan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Bagi Perusahaan Smartphone Advan

Strategi marketing yang dilakukan pihak Smartphone Advan sudah sangat bagus, mulai dari penggunaan artis, komunikasi kepada konsumen, pemberian diskon, penggunaan jejaring sosial untuk sarana komunikasi dan lain sebagainya. Sehingga disarankan supaya pihak Smartphone Advan tetap mempertahankan strategi yang sudah dilakukan dan memunculkan terobosan baru yang lebih kreatif serta inovatif agar konsumen tidak bosan dan tetap setia menggunakan produk Smartphone Advan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli fans klub Barcelona di Yogyakarta misalnya citra merek, promosi, dan kualitas produk. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain misalnya melalui wawancara mendalam terhadap konsumen, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.