

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian pada bab sebelumnya terkait pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Pembelian pengguna Shopee di Kota Semarang yang melibatkan 100 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel Daya Tarik Iklan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian (Y) di platform e-commerce Shopee. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H1 diterima, yang mengindikasikan bahwa semakin menarik suatu iklan, semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan hubungan positif antara Daya Tarik Iklan dan minat beli. Shopee telah berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik melalui strategi pemasaran yang kreatif, visual yang menarik, dan promosi yang menggugah minat pembelian. Namun, beberapa aspek seperti relevansi iklan dengan kebutuhan pengguna dan Kredibilitas promosi masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, evaluasi dan peningkatan kualitas iklan secara berkelanjutan menjadi langkah strategis bagi Shopee untuk lebih mengoptimalkan Minat Pembelian konsumen.
2. Hasil pengujian variabel Kredibilitas *Celebrity Endorser* (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian (Y). Kredibilitas yang baik dari seorang *Celebrity Endorser* mampu meningkatkan kepercayaan

konsumen terhadap produk yang direkomendasikan, hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* yang dipilih oleh Shopee telah efektif dalam meningkatkan minat pembelian. Hal tersebut dibuktikan melalui uji korelasi yang menunjukkan hubungan signifikan antara kedua variabel. Namun, terdapat indikasi bahwa aspek kepercayaan terhadap *Celebrity Endorser* masih belum optimal yang dapat dipengaruhi oleh rekam jejak pribadi, kesesuaian citra dengan platform, serta frekuensi keterlibatan dalam berbagai iklan. Oleh karena itu, penting bagi Shopee untuk lebih selektif dalam memilih *Celebrity Endorser* yang tidak hanya memiliki daya tarik tinggi tetapi juga tingkat kepercayaan yang kuat di mata konsumen.

3. Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Daya Tarik Iklan (X1) dan Kredibilitas *Celebrity Endorser* (X2) terhadap Minat Pembelian (Y) pengguna Shopee. Pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan minat beli konsumen, sebagaimana diperkuat oleh hasil penelitian terdahulu. Hasil uji regresi dan korelasi mengindikasikan bahwa semakin tinggi Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas celebrity endorser, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk tertarik melakukan pembelian. Meskipun sebagian kecil responden masih mempertimbangkan platform lain, mayoritas responden menunjukkan ketertarikan terhadap pembelian melalui Shopee. Oleh karena itu, strategi promosi yang efektif dengan memaksimalkan Daya Tarik Iklan

serta Kredibilitas *Celebrity Endorser* perlu terus ditingkatkan guna mengoptimalkan peningkatan minat beli konsumen dan daya saing perusahaan.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, berikut merupakan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Shopee dan peneliti selanjutnya:

1. Berdasarkan penelitian untuk meningkatkan Daya Tarik Iklan yang berpengaruh positif terhadap Minat Pembelian pada pengguna Shopee, terdapat beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan Daya Tarik Iklan dan Minat Pembelian konsumen. Shopee perlu meningkatkan relevansi iklan dengan lebih memfokuskan pada hal yang diinginkan konsumen sesuai dengan preferensi dan kebutuhan spesifik pengguna. Inovasi dalam desain visual iklan juga penting, mengingat peran besar visual dalam menarik perhatian konsumen, sehingga Shopee perlu terus berkreasi dengan menggunakan gambar, video, atau format interaktif yang lebih menarik. Selanjutnya meningkatkan pengalaman pengguna dalam melihat dan berinteraksi dengan iklan juga menjadi kunci, dengan memastikan bahwa tampilan iklan mudah diakses, cepat, dan interaktif. Dengan menerapkan saran-saran ini, Shopee dapat mengoptimalkan Daya Tarik Iklan dan semakin meningkatkan Minat Pembelian konsumen.
2. Berdasarkan penelitian untuk meningkatkan Kredibilitas *Celebrity Endorser* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian pada pengguna Shopee, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan efektivitas

pemilihan *Celebrity Endorser* dapat diberikan. Shopee perlu lebih selektif dalam memilih *Celebrity Endorser* yang tidak hanya memiliki daya tarik tinggi tetapi juga memiliki tingkat kepercayaan yang kuat di mata konsumen. Hal ini penting untuk memastikan bahwa *Celebrity Endorser* yang dipilih mampu menjaga citra yang sesuai dengan platform yang dipromosikan. Shopee juga perlu mempertimbangkan rekam jejak pribadi celebrity endorser, karena hal ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Kredibilitas mereka. Selain itu, kesesuaian citra *Celebrity Endorser* dengan nilai dan tujuan platform Shopee harus menjadi prioritas agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan dapat diterima oleh konsumen. Untuk meningkatkan kepercayaan, Shopee bisa mempertimbangkan untuk memperkuat keterlibatan *Celebrity Endorser* dalam kampanye iklan secara lebih konsisten, namun dengan frekuensi yang tidak berlebihan agar tidak mengurangi kesan eksklusivitas dan Kredibilitas. Oleh karena itu, dengan memperhatikan faktor-faktor ini Shopee dapat meningkatkan Kredibilitas *Celebrity Endorser* dalam mempengaruhi Minat Pembelian konsumen.

3. Berdasarkan penelitian untuk meningkatkan Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas *Celebrity Endorser* yang secara bersamaan memiliki pengaruh positif terhadap Minat Pembelian pada pengguna Shopee, terdapat beberapa saran yang diberikan untuk memperkuat strategi pemasaran dan meningkatkan daya saing Shopee. Shopee perlu terus mengembangkan dan memaksimalkan Daya Tarik Iklan dengan menciptakan kampanye yang lebih kreatif, menarik, dan relevan bagi konsumen. Penggunaan format iklan yang inovatif, seperti video interaktif

atau iklan berbasis pengalaman, dapat membantu mempertahankan perhatian konsumen. Selain itu, penting bagi Shopee untuk tetap menjaga dan meningkatkan Kredibilitas *Celebrity Endorser* dengan memastikan mereka memiliki reputasi yang baik dan citra yang sesuai dengan nilai-nilai platform. Shopee sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap efektivitas endorser yang dipilih, memastikan bahwa mereka mampu memperkuat pesan iklan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, meskipun sebagian kecil responden masih mempertimbangkan platform lain, mayoritas menunjukkan ketertarikan terhadap Shopee, yang menunjukkan bahwa strategi promosi yang ada sudah cukup efektif. Oleh karena itu, Shopee harus tetap berfokus pada penguatan aspek-aspek yang telah terbukti efektif, sambil terus berinovasi agar tetap kompetitif di pasar e-commerce yang semakin ketat.

4. Untuk peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai variabel-variabel diluar Daya Tarik Iklan dan Kredibilitas *Celebrity Endorser* terhadap Minat Pembelian yang menyumbang 30,6%, sehingga masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Pembelian pengguna Shopee.