

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, rumusan masalah dan pembahasan “Pengaruh Persetujuan Terhadap Keputusan Pembelian *Scarlett Whitening* (Studi Kasus Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram)” dapat disimpulkan bahwa *Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Hal tersebut berasumsi pada nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yakni sebesar  $5,700 > 1,677$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan:

1. Untuk perusahaan *Scarlett Whitening* harus memperhatikan keahlian yang dimiliki oleh seorang selebriti *endorser* dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk, agar produk yang diiklankan terkesan baik dan model iklan yang digunakan layak menjadi model iklan produk tersebut.
2. Untuk *Endorser*, harus lebih maksimal dalam mempromosikan suatu produk karena seorang *Endorser* dilihat dari segi kemahirannya dalam mempromosikan suatu produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adityasari, N. (2015). *Endorsement* sebagai trend media pemasaran dalam prespektif islam. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Assauri, Sofjan. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dika, C. (2021,12 03). Kisah sukses Felicya Angelista membangun bisnis *Scarlett Whitening*.
- Eni Setyaningsih, S. (2021). Pengaruh *Celebrity endorsement* Terhadap Minat Beli Produk Deavhijab. *Humanities, Management and sciene proceeding*, 406-412
- Ernawati, Diah. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*. 7(1). 1-16
- Farhat, L. (2020). Keputusan pembelian online. *Scientific journal of reflection: economic, accounting, management and business*, 51-60
- Fatmawati, Nurul,A dan Euis Soliha. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 10(1). 1-20.
- Hestanto, ”keputusan pembelian”, <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>, diakses pada 03 desember 2021
- Idris,Muhammad.(2021). Arti *Influencer* dan Manfaatnya dalam Promosi Bisnis. <https://bit.ly/3JgIl0K> . Diakses 6 April 2022
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital*. Yogyakarta: ANDI
- Kresna. 2021. Indikator *celebrity endorser* (skripsi dan tesis). [Indikator celebrity endorser \(skripsi dan tesis\) – konsultasi skripsi Jogja](#) . diakses 6 April 2022.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.

- Martono, Nanang. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhamad Husin Nur Muzakki, A. S. (2020). Analisis pengaruh *celebrity endorsement* terhadap niat beli produk fashion billions. *Jurnal bisnis: teori dan implementasi*, 1-12
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Natalia, Priccila dan Mumuh Mulyana. (2014). “Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian”. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 2(2). 120-128.
- Ningsih, W. (2019). Pengaruh *endorsement* selebgram dan inovasi produk terhadap peningkatan omset distributor. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Nurhayati. Siti. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*. 4(2). 60-69.
- Prasojo, E. (2019). Pengaruh *celebrity endorsement* terhadap minat beli melalui *brand image*. 14(2). 83-98.
- Santosa, Rudy, Bambang, S, dan, Fajar, A, K. (2021). Analisis Kerusakan Jalan Menggunakan Metode PCI Dan Metode Bina Marga (Studi Kasus Jalan Ahmad Yani Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Perencanaan dan Rekayasa Sipil*. 4(2). 104-111.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sholihin, Riadhus. (2019). *Digital Marketing di Era 4.0 – Strategi dan Implementasi Sederhana Kegiatan Marketing Untuk Bisnis dan Usaha*. Yogyakarta: Quadrant
- Soesatyo, Natalia dan Leonid Julivan Rumambi. (2013). Analisa Celebrity *Endorser Model : Sikap Audience Terhadap Iklan Dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli “ Top Coffee”*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2). 1-12.
- Sudaryono. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yoyakarta: CAPS
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA
- Syafiudin, Uut, 2018. “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Lombok Post Tahun 2017”. Skripsi. Tidak dipublikasikan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Mataram: Universitas Muhammadiyah.
- Syafnidawaty. (2021, 12 03). Observasi. Retrieved from universitas Raharja: <https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>
- Syafnidawaty. (2021, 12 03). Penelitian kualitatif.
- Tjiptono, Fandy. (2011). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta :
- Tridjono, Rachmat. (2015). Metodologi penelitian kuantitatif. Jakarta: Papas Sinar Sinanti.
- Wibisono, Ekky Suti. 2019. “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo”. Skripsi. Surabaya: Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Widjayakusuma, Yo, Moezamil Zamahsari, Sri Sulastrin. 1994. Intisari Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Jakarta: Fakultas Ekonomi – Universitas Krisnadwipayana
- Winarno, M, E. (2013). Metodologi Pendidikan Jasmani. Malang: Universitas Negeri Malang
- Wulandari, Febriyanti, E, T dan Lexi, Pranata, B, L. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air. Jurnal hospitality dan pariwisata. 6(1). 1-8.
- Wulandari, S. A. (2017). Pengaruh penggunaan *endorsement* terhadap omzet penjualan usaha *online shop* di palangka raya. Skripsi. Palangkaraya: IAIN Palangkaraya.



## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Karakteristik Responden

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis kelamin | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------|-----------|----------------|
| Laki-laki     | 15        | 30%            |
| perempuan     | 35        | 70%            |
| Total         | 50        | 100%           |

### Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

| Program Studi       | Frekuensi | Presentase (%) |
|---------------------|-----------|----------------|
| Administrasi bisnis | 30        | 60%            |
| Ilmu Pemerintahan   | 7         | 14%            |
| Administrasi publik | 11        | 22%            |
| Perpustakaan        | 2         | 4%             |
| Total               | 50        | 100%           |

### Hasil Uji validitas

| Variabel                      | pertanyaan | r-hitung | r-tabel | Keterangan |
|-------------------------------|------------|----------|---------|------------|
| <i>Endorsement</i><br>(x)     | 1          | 0,572    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 2          | 0,684    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 3          | 0,705    | 0,2353  | Valid      |
| Keputusan<br>Pembelian<br>(Y) | 1          | 0,639    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 2          | 0,616    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 3          | 0,470    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 4          | 0,750    | 0,2353  | Valid      |
|                               | 5          | 0,782    | 0,2353  | Valid      |

### Hasil Uji Realibilitas

| Variabel            | <i>Cronbach's Alpa</i> | Keterangan |
|---------------------|------------------------|------------|
| <i>Endorsement</i>  | 0,806                  | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian | 0,806                  | Reliabel   |

## Uji Normalitas

### Tests of Normality

|                | variabel | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |    |       | Shapiro-Wilk |    |      |
|----------------|----------|---------------------------------|----|-------|--------------|----|------|
|                |          | Statistic                       | df | Sig.  | Statistic    | df | Sig. |
| Hasil variabel | 1        | .253                            | 3  | .     | .964         | 3  |      |
|                | 2        | .177                            | 5  | .200* | .974         | 5  |      |

## Uji Regresi Linear Sederhana

### Model Persamaan Regresi

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized         | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Coefficients<br>Beta |       |      |
| 1     | (Constant) | 6.611                       | 1.794      |                      | 3.686 | .001 |
|       | Variabel X | .974                        | .171       | .635                 | 5.700 | .000 |

#### Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized         | t     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|----------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Coefficients<br>Beta |       |      |
| 1     | (Constant) | 6.611                       | 1.794      |                      | 3.686 | .001 |
|       | Variabel X | .974                        | .171       | .635                 | 5.700 | .000 |

a. Dependent Variable: Variabel Y



## Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .635 <sup>a</sup> | .404     | .391              | 1.549                      |

a. Predictors: (Constant), Variabel X

b. Dependent Variable: Variabel Y

