

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terhadap masyarakat D.I Yogyakarta dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Keanu Agl dalam Iklan Pantene terhadap Minat Pembelian Produk Pantene Masyarakat D.I Yogyakarta, peneliti menyimpulkan yaitu:

1. Pada penelitian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh dari *celebrity endorser* Keanu Agl dalam iklan Pantene terhadap minat pembelian produk Pantene. Berdasarkan dari hasil uji T yang sudah dilakukan peneliti, diperoleh nilai sebesar 8.058 untuk t hitung dan nilai sebesar 1.984 untuk t tabel dengan tingkat signifikansi 5% yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *celebrity endorser* Keanu Agl dalam iklan Pantene terhadap minat pembelian produk Pantene
2. Pada pengukuran koefisien determinasi untuk pengaruh dari *celebrity endorser* Keanu Agl dalam iklan Pantene terhadap minat pembelian produk Pantene sebesar 39,8% oleh variabel pada penelitian ini. Berdasarkan syarat dari koefisien determinasi, pengaruh dari variabel X (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen) terhitung kecil. Dapat disimpulkan bahwa, *celebrity endorser* Keanu Agl dalam iklan Pantene terhadap minat pembelian produk Pantene pada masyarakat D.I Yogyakarta memiliki

pengaruh yang kecil. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat D.I Yogyakarta dalam memilih dan membeli produk sampo tidak hanya berfokus pada bintang iklan dari produk tersebut, namun bisa juga karena preferensi lain seperti kandungan dan manfaat dari produk tersebut atau rekomendasi dari orang lain, atau hal lainnya.

3. Hasil dari uji regresi linear sederhana yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kekuatan dari *celebrity endorser* Keanu Agl dalam iklan Pantene dengan minat pembelian produk Pantene didapatkan yaitu $Y = 6,573 + 0,385X$ yang artinya jika nilai dari variabel X naik sebesar 1% maka minat pembelian produk bertambah sebanyak 0,385.
4. Hasil dari penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan Keanu Agl yang sedang naik daun saat ini masih memiliki pengaruh jika digunakan sebagai bintang iklan produk Pantene. Hal ini tentunya didukung oleh karakteristik-karakteristik seperti pada model VisCAP yang dimiliki oleh Keanu Agl. Oleh sebab itu, penggunaan Keanu Agl ini dapat meningkatkan minat pembelian produk yang diiklankan olehnya terutama pada masyarakat D.I Yogyakarta.

C. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan pada masyarakat D.I Yogyakarta dengan judul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Keanu Agl dalam Iklan Pantene terhadap Minat Pembelian Produk Pantene Masyarakat D.I Yogyakarta, peneliti memiliki saran yaitu:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat memperluas ruang lingkup penelitian populasi karena pada penelitian ini, populasi yang diambil hanya terfokus pada masyarakat D.I Yogyakarta
2. Penelitian selanjutnya dapat melihat variabel lainnya yaitu sebanyak 60,2% yang merupakan variabel- variabel di luar *celebrity endorser* dalam iklan Pantene yang juga ikut memiliki pengaruh pada minat pembelian.
3. Disarankan agar kedepannya dalam pemilihan seorang *celebrity endorser* pada iklan, Pantene mampu mempertimbangkan terkait dengan indikator *attraction*. Jika dilihat dari penelitian ini, hasil pengujian menggunakan VisCAP model menunjukkan bahwa indikator *attraction* yang dimiliki oleh *celebrity endorser* memiliki nilai yang paling rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.
- Anggaraini, M. (2020). 5 Fakta Kehidupan Selebgram Keanu Agl, Tak Banyak Orang Tahu. Merdeka.com. diakses dari <https://www.merdeka.com/trending/5-fakta-kehidupan-selebgram-keanu-agl-tak-banyak-orang-tahu.html>
- Avantika, P. (2022). Punya Rambut Panjang Indah, 9 Potret Keanu Jadi Bintang Iklan Shampo. IDNTIMES.com. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/nandini/potret-keanu-jadi-bintang-iklan-shampo-c1c2/9>
- Aziza, S. A. (2020). Terpaan Iklan, Brand Image, Penggunaan Selebgram Endorser dan Minat Beli (Studi Pengaruh Terpaan Iklan Carousel Ads Fijria Scarf di Instagram, Brand Image dan Penggunaan Selebgram Endorser di Akun@ Fijria. Scarf terhadap Minat Beli Pada Follower Akun@ Fijria. Scarf).
- Bulan, I. S. S., & Sudrajat, R. H. (2019). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Arief Muhammad di Instagram Terhadap Brand Image Erigo Store. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 5(2), 322-332.

- Bungin, P. D. H. B., & Sos, S. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya, Ed,1, Cet.3*. Jakarta: Kencana
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 5(1), 61-75.
- Djaslim, Saladin, 2002, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Linda Karya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi pemasaran. Pasuruan: Qiara Media*.
- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., ... & Dewi, I. K. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Handayani, L. D. L., & Kosasih, K. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Prroduk Pixy Di Karawang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 407-417.
- Hidayat, F. (2020). Selebgram Keanu Angelo Rambah Bisnis Minuman Kekinian. [Beritasatu.com.https://www.beritasatu.com/news/679953/selebgram-keanu-angelo-rambah-bisnis-minuman-kekinian](https://www.beritasatu.com/news/679953/selebgram-keanu-angelo-rambah-bisnis-minuman-kekinian).

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kertamukti, Rama. (2015). Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19-26.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2008. dasar – dasar pemasaran. Alih bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Luthfiana, N. A., & Hadi, S. P. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan dan E-service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Pembeli di Marketplace Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 97-104.
- Lestari, T., Mukhroman, I., & Prasetya, T. I. (2015). *Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Elevenia Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Survei Pada*

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Angkatan 2012) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

- Morrison, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76-81.
- Ramdhani, G. (2022). Pantene Hadirkan Miracles Hair Supplement Agar Rambut Kuat Ke-Charged. *Liputan6.com*.
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4854005/pantene-hadirkan-miracles-hair-supplement-agar-rambut-kuat-ke-charged>.
- Rantung, R. (2022). Keanu Agl Debut di Film Keramat 2: Caruban Larang: Aktungnya Pakai Hati. *Kompas.com*.
<https://www.kompas.com/hype/read/2022/11/18/150243466/keanu-agl-debut-di-film-keramat-2-caruban-larang-aktungnya-pakai-hati?page=all>
- Rohman, I. Z., & Indaryadi, A. I. K. (2020). Pengaruh celebrity endorser, brand image, brand loyalty, dan perceived quality terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap intensi rekomendasi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 80-91.

- Savitri, N. W. (2017). *Pengaruh celebrity endorser dan iklan melalui media televisi terhadap minat beli pada Tokopedia di Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Sudaryono. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Cetakan Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna & Lila Retnani Utami. (2019). *The Master Book Of SPSS*, Yogyakarta: Anak Hemat Indonesia.
- Suyanto. (2004). *Analisis & Desain: Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Top Brand. (2022). *Top Brand Award Fase 2*. (Akses 18 April 2022). Tersedia dalam World Wide Web : https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2022&tbi_index=top-brand&category=perawatan-pribadi.
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh komunikasi massa terhadap audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 4(1), 24-31.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku konsumen*. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Wahyuni, P. (2022). Biodata Keanu Angelo, Selebgram Terkenal dengan Kekayaan Fantastis, Pernah Diendorse Rp1 Miliar. POSBELITUNG.com. <https://belitung.tribunnews.com/2022/11/10/biodata-keanu-angelo->

[selebgram-terkenal-dengan-kekayaan-fantastis-pernah-diendorse-rp1-miliar?page=3](#)

Yunus, R. N. (2020). Analisis Multimodal Pada Iklan Layanan Masyarakat. *JUMANT*, 12(2), 83-89.

Yusuf, A. M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.

Zahra, R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoufit di Kota Bandung. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 43-55.

LAMPIRAN

Pertanyaan Kuisisioner

1. Jenis Kelamin:

- Laki- laki
- Perempuan

2. Usia:

3. Pekerjaan:

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Pegawai Negri
- Ibu Rumah Tangga
- Wirausaha
- Tidak Bekerja

4. Apakah anda berdomisili di D.I Yogyakarta?

- Ya
- Tidak

5. Apakah anda mengetahui Keanu Agl?

- Ya
- Tidak

6. Apakah anda pernah menonton iklan sampo Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl?

- Ya
- Tidak

Variabel *Celebrity Endorser* dalam Iklan (X)

A. *Visibility*

1. Saya mengetahui sosok Keanu Agl melalui media sosial
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Keanu Agl merupakan selebgram dengan followers Instagram lebih dari 2M
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Keanu Agl merupakan selebgram yang popularitasnya sedang naik saat ini
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

4. Saya sering melihat Keanu Agl muncul di media sosial

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

B. Credibility

1. Saya mengetahui iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

2. Iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl menarik perhatian saya karena lucu dan kocak

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

3. Ketika mendengar nama “Keanu Agl” atau “Keanu” saya teringat dengan produk yang diiklankan olehnya yaitu Pantene

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya tertarik membeli produk Pantene setelah melihat iklan yang dibintangi oleh Keanu Agl

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

C. Attraction

1. Keanu memiliki penampilan fisik yang menarik

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Keanu Agl memiliki karakter yang lucu dan menyenangkan

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

3. Saya menyukai Keanu Agl

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

4. Menurut saya Keanu Agl pantas menjadi bintang iklan Pantene karena memiliki penampilan fisik yang menarik

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

D. Power

1. Iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu mudah untuk saya terima

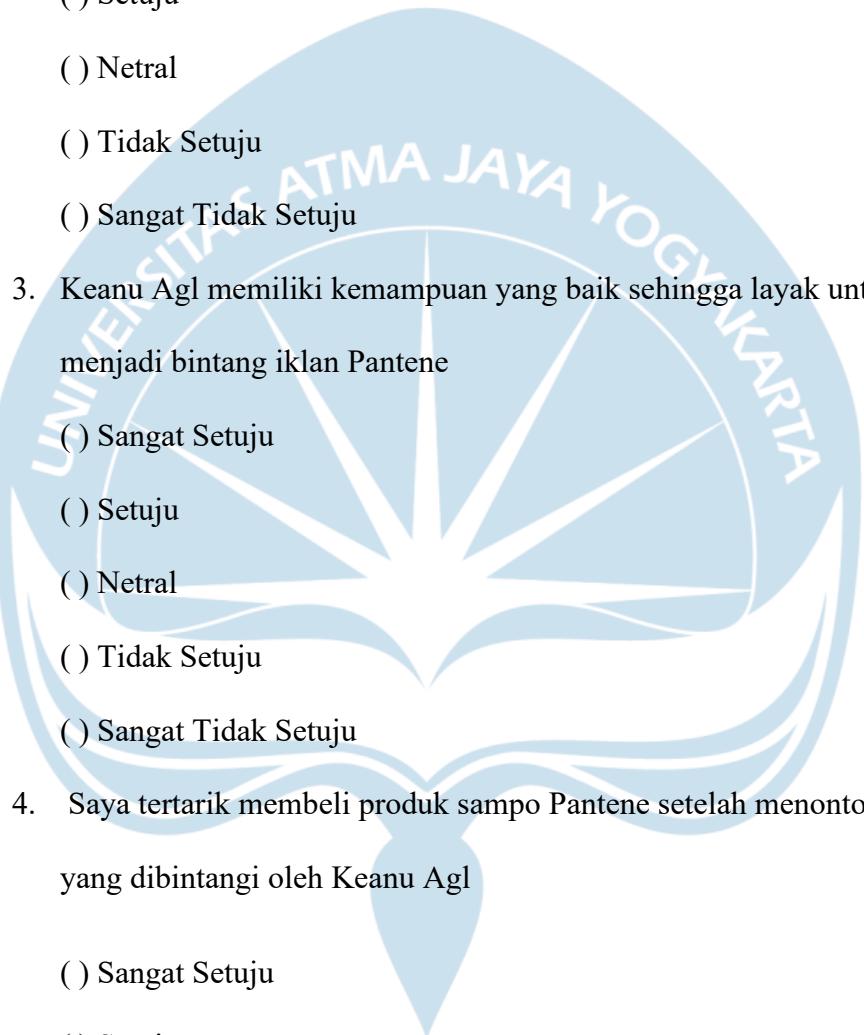
Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

- 
2. Penampilan Keanu dalam iklan Pantene memengaruhi saya untuk mencoba produk tersebut
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Keanu Agl memiliki kemampuan yang baik sehingga layak untuk menjadi bintang iklan Pantene
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
4. Saya tertarik membeli produk sampo Pantene setelah menonton iklan yang dibintangi oleh Keanu Agl
- Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
5. Saya yakin membeli produk Pantene setelah menonton iklan yang dibintangi oleh Keanu Agl

() Sangat Setuju

() Setuju

() Netral

() Tidak Setuju



Variabel Minat Pembelian (Y)

A. *Attention*

1. Saya mencari informasi terkait dengan produk Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
2. Iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl menarik perhatian saya
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju
3. Iklan sampo Pantene yang dibintangi oleh Keanu Agl sangat lucu dan kocak
 - Sangat Setuju
 - Setuju
 - Netral
 - Tidak Setuju
 - Sangat Tidak Setuju

B. Interest

1. Saya menanyakan informasi produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl kepada orang yang telah menggunakannya

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

2. Saya tertarik untuk membeli produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl setelah mengetahui informasi terkait produk tersebut

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

3. Saya perlu untuk membandingkan produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl dengan produk yang lain dengan fungsi yang serupa

Sangat Setuju

Setuju

Netral

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

C. Desire

1. Saya bersedia merekomendasikan produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl kepada teman atau kerabat saya

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya berminat untuk membeli produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Saya ingin segera untuk membeli produk Pantene yang dibintangangi oleh Keanu Agl

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

