

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Adanya penelitian mampu direalisasikan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* Tokopedia terhadap *purchase intention* pada ARMY Indonesia serta mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini yaitu variabel *celebrity endorser* sebagai variabel X dan *purchase intention* sebagai variabel Y. Variabel X dalam penelitian ini terdiri dari 3 dimensi yakni *credibility*, *attractiveness* dan *power*. Dan variabel Y terdiri dari 4 dimensi yakni minat eksploratif, minat prefensial, minat transaksional dan minat referensial.

Maka, kesimpulan dari adanya penelitian ini adalah

1. Terdapat pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* Tokopedia terhadap *purchase intention* pada ARMY Indonesia. Hal ini berdasar oleh nilai signifikansi dari hasil pengujian regresi linear yang ada pada tabel ANOVA, dengan hasil sebesar $0,000 < 0.05$.
2. Besar pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* Tokopedia terhadap *purchase intention* pada ARMY Indonesia adalah sebesar 55,2% dan dengan sisa 44,8% dijabarkan oleh faktor-faktor yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Mengacu pada perolehan uji regresi linear sederhana, dapat diketahui bahwa korelasi antar variabel mempunyai hubungan yang sedang yakni sebesar 0,390. Itu artinya terdapat pengaruh positif secara signifikan hubungan antar 2 variabel yang sudah diuraikan.

5.2 Saran

Dari penelitian ini mampu disampaikan dua saran yaitu saran praktis dan akademis seperti yang akan dijelaskan di bawah ini:

5.2.1 Saran Akademis

Seperti yang sudah uraikan dalam kesimpulan, sebesar 55,2%, pengaruh BTS sebagai *celebrity endorser* terhadap *purchase intention* ARMY sebagai penggemar BTS. Diharapkan berdasarkan hasil penelitian ini, para peneliti dapat menjadikan penelitian ini acuan dan bahan evaluasi untuk penelitian serupa kedepannya. Selain itu, diharapkan untuk menguraikan lebih dalam lagi dengan menyinambungkan variabel lain yang memberikan dampak seperti variabel *impulsive buying behavior* dan *sales promotion*.

5.2.2 Saran Praktis

Beberapa saran yang kedepannya mampu dilakukan Tokopedia sebagai suatu upaya berdasarkan hasil penelitian ini. Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tokopedia mengadakan kembali *event* mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan photocard dan postcard eksklusif BTS karena hasil penelitian ini menunjukkan signifikansi yang cukup tinggi antara penggemar budaya K-pop yang gemar mengoleksi photocard dan postcard yang menjadi idol mereka untuk meningkatkan pembelian dan engagement.
2. Tokopedia bisa mengembangkan ide dan juga term yang hype dan mengikuti tren dikalangan BTS ARMY untuk mengambil perhatian para audience yang melihatnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A