

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan celebrity endorser pada produk Dadar Beredar mampu meningkatkan keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas. Kredibilitas, daya tarik, dan pengaruh sosial dari celebrity endorser terbukti mampu membentuk persepsi positif konsumen sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian.
2. Keragaman menu yang ditawarkan oleh Dadar Beredar terbukti mampu meningkatkan keputusan pembelian. Semakin beragam pilihan menu, semakin besar kemungkinan konsumen menemukan produk yang sesuai dengan preferensinya, sehingga mendorong terjadinya keputusan pembelian.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa celebrity endorser tidak hanya berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung melalui minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa celebrity endorser mampu meningkatkan minat beli konsumen terlebih dahulu, yang selanjutnya mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.
4. Keragaman menu juga terbukti memengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. Artinya, variasi menu yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen, yang kemudian berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian.
5. Model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Nilai R-Square untuk variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa variasi

keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh celebrity endorser, keragaman menu, dan minat beli. Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian tergolong kuat dalam menjelaskan perilaku keputusan pembelian konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa celebrity endorser dan keragaman menu memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli dan keputusan pembelian pada produk Dadar Beredar, khususnya pada kalangan mahasiswa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta keterbatasan yang ditemukan selama proses penelitian, maka peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan bagi peneliti sebagai berikut:

1. Pengembangan Variabel Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan variabel Celebrity Endorser dan Keragaman Menu sebagai variabel independen, dengan Minat Beli sebagai variabel intervening dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Bagi peneliti disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti harga, kualitas produk, citra merek, promosi digital, atau kepercayaan konsumen, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

2. Pengembangan Model Mediasi atau Moderasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Minat Beli terbukti berperan sebagai variabel intervening yang signifikan dalam memediasi pengaruh Celebrity Endorser dan Keragaman Menu terhadap Keputusan Pembelian. Oleh karena itu, peneliti disarankan untuk menguji model mediasi parsial atau penuh, maupun menambahkan variabel moderasi seperti jenis kelamin, gaya hidup, atau intensitas penggunaan media sosial untuk memperkuat model penelitian.

3. Perluasan Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini terbatas pada mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas angkatan tertentu. Peneliti disarankan untuk memperluas objek penelitian ke kelompok konsumen yang lebih beragam, seperti masyarakat umum, pelanggan restoran tertentu, atau konsumen di wilayah yang berbeda agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

4. Penyempurnaan Instrumen Penelitian

Meskipun seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, masih ditemukan beberapa indikator dengan nilai VIF yang berada pada kategori perlu perhatian . Oleh karena itu, peneliti disarankan untuk menyempurnakan redaksi pernyataan kuesioner,

5. Penggunaan Metode Analisis Tambahan

Penelitian ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS-SEM) dengan SmartPLS. Peneliti disarankan untuk membandingkan hasil penelitian dengan metode analisis lain, seperti pendekatan kuantitatif-kualitatif (*mixed methods*), sehingga hasil penelitian dapat saling melengkapi dan memperkaya temuan empiris.