

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian ini yakni:

1. Analisis deskriptif memberikan gambaran kategori persepsi konsumen. Melalui penelitian ini diperoleh hasil gambaran responden dan hipotesis yang dibuat sebagai berikut:
 - a. Hasil analisis variabel *Celebrity Endoser* sebesar 78% dan masuk dalam kategori baik, yang artinya menerima hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, yaitu persepsi konsumen tentang *celebrity endorser* adalah baik.
 - b. Hasil analisis variabel *Word Of Mouth* menunjukkan angka sebesar 84% dan masuk dalam kategori sangat baik, yang artinya menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, yaitu persepsi konsumen tentang variabel *word of mauth* adalah baik.
 - c. Hasil analisis deskriptif variabel Kepuasan Konsumen sebesar 76% dan masuk dalam kategori baik, yang berarti hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, yaitu persepsi konsumen tentang variabel kepuasan konsumen adalah baik.
 - d. Hasil analisis deskriptif variabel Minat membeli adalah sebesar 75% dan masuk dalam kategori baik, yang artinya menerima hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, yaitu persepsi konsumen tentang minat

membeli ialah baik.

- e. Gambaran tentang keputusan pembelian konsumen *diamond game mobile legend* Di Mitra Game Kuanino Kota Kupang ialah baik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan angka sebesar 72%, dan masuk dalam kategori baik, yang berarti hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya.
2. Variabel *Celebrity Endorser*, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian *Diamond Game Mobile Legend* di Toko Mitra Game Kuanino Kota Kupang, sedangkan variabel Word Of Mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Diamond Game Mobile Legend* di Toko Mitra Game Kuanino Kota Kupang.
 3. Minat Membeli memediasi pengaruh *Celebrity Endorse*, *Word Of Mouth*, Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Diamond game mobile Legend* di Toko Mitra Game Kuanino Kota Kupang
 - a. Minat Membeli memediasi sempurna pengaruh *Celebrity Endorse* terhadap keputusan pembelian. Disini terlihat bahwa baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung semuanya berpengaruh signifikan, namun terlihat bahwa jalur pengaruh tidak langsung lebih tinggi angka signifikansinya. Artinya dengan melalui mediasi variabel minat membeli, maka pengaruh tidak langsung *Celebrity Endorse* terhadap keputusan pembelian lebih sempurna dibandingkan dengan pengaruh langsung. Jadi disini terlihat bahwa variabel minat membeli memediasi tidak sempurna pengaruh *Celebrity Endorse*

terhadap keputusan pembelian.

- b. Minat Membeli tidak memediasi pengaruh *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian, artinya pengaruh tidak langsung *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian melalui variabel minat membeli tidak signifikan dibandingkan dengan pengaruh langsung. Karena itu peranan minat membeli sebagai variabel mediasi tidak terbukti.
 - c. Minat Membeli memediasi pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap keputusan pembelian. Dari jalur pengaruh tidak langsung terlihat bahwa Minat membeli dapat memediasi secara sempurna pengaruh Kepuasan konsumen (X3) terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kemampuan variabel *Celebrity Endorse*, *Word Of Mouth*, Kepuasan Konsumen dan minat membeli untuk menjelaskan variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah sebesar 77 %. Sisanya sebesar 23 % tidak dimasukkan dalam analisis ini. Selanjutnya, kemampuan variabel *Celebrity Endorse*, *Word Of Mouth*, Kepuasan Konsumen dan minat membeli untuk menjelaskan variabel minat membeli dalam penelitian ini adalah sebesar 74 %, sisanya sebesar 26 % tidak disertakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, dapat di sarankan kepada Penjual *game online* dalam hal ini Toko Mitra di Kuanino Kota Kupang guna penyempurnaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Toko Mitra perlu menyampaikan kepada perusahaan *game mobile legend*,

agar memperhatikan celebrity endorser yang akan digunakan. *Celebrity Endorser* yang digunakan harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai game mobile legend serta ahli dalam bermain game mobile legend, agar pada saat celebrity tersebut mengiklankan peoduk dapat dijelaskan dengan detail yang akhirnya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian diamond *game mobile legend*.

2. Toko Mitra Game perlu mengadakan promosi potongan harga atau memberikan bonus *diamond game mobile legend* kepada pembeli, agar konsumen tertarik untuk membicarakan promosi yang dilakukan oleh Toko Mitra Game dan akan menyarankan kepada teman dan keluarga untuk membeli diamond game mobile legend di Toko Mitra Game Kuanino Kota Kupang.
3. Toko Mitra Game perlu menyampaikan kepada perusahaan *Game Mobile Legend*, untuk memperhatikan kualitas gambar dalam game, karena kualitas gambar sangat mempengaruhi konsumen, kualitas gambar yang buruk akan membuat permainan game terganggu dan konsumen akan merasa kurang puas dalam bermain *game mobile legend*. Perusahaan perlu membuat kualitas design gambar *game mobile legend* lebih detail atau lebih jelas dilihat dalam artian gambarnya tidak kabur, sehingga para pemain *game mobile legend* tetap tertarik bermain *game mobile legend* dan akan menganjurkan kepada orang lain untuk tetap bermain *game mobile legend*.
4. Dalam penelitian ini diperoleh hasil temuan uji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat keputusan pembelian terdapat satu (1) yang

tidak signifikan yaitu pengaruh minat membeli tidak memediasi pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian. motivasi terhadap Oleh karena itu disarankan kepada peneliti yang akan datang agar dapat melakukan penelitian ulang disesuaikan dengan perkembangan terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Churchill, Gilbert. 2005. **Dasar-Dasar Riset Pemasaran**. Badan Penerbit Erlangga
- Ferdinand, Agusty. 2014. **Metode Penelitian Manajemen**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Keller. 2009. **Marketing Management**, 13th Edition. *Person Education, Inc.* Bob Sabran (Penerjemah). 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga belas, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong. 2008. **Principles Of Marketing**. 12th Edition, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Bob Sabran (Penerjemah). 2009. Jakarta: Erlangga.
- Levis, Leta. 2013. **Metode Penelitian Perilaku Petani**. Yogyakarta. Penerbit Ledalero.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: Andi.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. **Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)**. Jakarta: Prenada Media.
- Sudaryono. 2016. **Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)**. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2018. **Metode Penelitian Manajemen**. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2016. **Pemasaran; Esensi & Aplikasi. Edisi ke-1**. Yogyakarta: Andi.

Skripsi, Jurnal, Dan Tesis:

- Afifi dan Wahyuni. (2019). **“Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli produk di Apotek Viva Health cabang Surabaya”**. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Amin, Arip. (2017). **“Pengaruh Atribut Produk, Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Diponegoro”** Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/5778/5077>

- Azwar, Muhamad. (2015). **“Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Yang Dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Banjarmasin”**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang. <https://core.ac.uk/download/pdf/300820674.pdf>
- Djuang, Gaudensius. (2006). **“Motif Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Di Kota Kupang”**. Tesis Program Studi Manajemen Minat Manajemen Pemasaran Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Fernandes, Haikal. (2016). **” Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Citra Merek Terhadap Minat Beli Kopi Kapal Api di Kota Malang”** Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. <http://lib.unnes.ac.id/17937/1/7311409057.pdf>
- Heda, Naufal. (2017). **“Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sampo (Studi Kasus Pada Merek Clear)”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang. <https://journal.untar.ac.id/index.php/bm/article/download/737/626>
- Hesty, Fransiska. (2018). **“Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Oppo Smartphone (Studi pada pengguna Oppo Smartphone Di Yogyakarta)”**. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. https://repository.usd.ac.id/30167/2/142214078_full.pdf
- Hidayat, Rahmat. (2015). **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University)”** Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/download/21/18>
- Hidayat, Riau. (2018). **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut”**. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. <http://repository.uinsu.ac.id/7030/1/SKRIPSI.pdf>
- Jaya, Sumariono. (2018). **“Pengaruh Penempatan Label Harga, Display Toko, Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shankara Aksesoris Kupang”**. Program Studi

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Kusuma, Adrian. (2017). **“Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth, Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Minat Beli”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya
<http://repository.usu.ac.id>.

Marharma, Rudi. (2018). **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayan Terhadap keputusan Pembelian jasa Gojek yang di mediasi minat beli di kota semarang”** Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
https://repository.usd.ac.id/30167/2/142214078_full.pdf

Megawati, Putri. (2017). **“Pengaruh Celebrity Endorser, Word Of Mouth, Dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sanata Darma Pengguna Ponsel Oppo”**. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Shanata Darma.
<http://eprints.umm.ac.id/42550/>

Purboyo, dan Huda Nuril. 2017. **“Analisis Faktor Eksternal, Internal, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Banjarmasin”**. Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat.

Sahputra dan Budiarti (2017). **“Pengaruh Celebrity Endorser Dan Promotion Yang Dimediasi Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Camera Phone”**. Jurnal dan Ilmu Riset Manajemen Volume 6, NO.24610593
<http://eprints.umm.ac.id/42550/>

Savitri, Diana. (2017). **“Pengaruh Harga, Display Toko, dan Celebrity Endoser terhadap Minat Beli bedak MS glow di Bandung”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung
<http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/572>

Septian, Herwan. (2019). **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian CV. ArtheniS Tour & Travel Surabaya”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya
<http://e-journals.unmul.ac.id>

Suryadi, Herman. (2018). **”Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, Harga terhadap Minat Membeli Shampo Clear di kota Yogyakarta”**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Yogyakarta
<https://eprints.uny.ac.id/16797/1/SKRIPSI.pdf>

Siswandi, Rizky. (2019). **“Pengaruh Celebrity Endorser, Korean Wave, Brand Image, Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus pada konsumen produk kosmetik Korea Selatan NATURE REPUBLIC di kota Surabaya)”** Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Mercu Buana
<http://respository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23948>.

Siregar, Muhammad. (2018). **“Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Cafe Shelter 1 Coffee Jalan Jamin Ginting Malang)”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhamad Malang. <http://repository.usu.ac.id>.

Wibisono, Ekky. (2019). **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo”** Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Mercu Buana
<http://respository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/239990>.

Wardhana, Aditya. (2016). **“Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek, Harga terhadap Minat Beli air Mineral Cleo di kota Jakarta”** Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti
<http://respository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/23987>.

Wijaiya, Jesika. (2018). **”Pengaruh Word Of Mouth, asosiasi Merek, Pelayanan terhadap Minat beli Lipstik Warda di Galaxy Mall”** Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya
<https://eprints.uny.ac.id/16797/1/SKRIPSI.pdf>

www.gametweeps.com