

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah didapatkan dari beberapa literature, maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Kredibilitas yang dimiliki oleh *celeb endorser* dapat berpengaruh terhadap daya tarik iklan. Asalkan pemilihan *celeb endorser* sesuai dengan pertimbangan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Dengan adanya *celeb endorser* maka dapat memunculkan minat beli konsumen yang akan berpengaruh juga terhadap omzet penjualan dan citra perusahaan.
2. Dalam prinsip syariah, *endorsement* diperbolehkan asal sesuai dengan syariat islam dan menjauhi larangan yang telah ditetapkan. *Endorsement* termasuk pada mu'amalah, maka dalam melakukan *endorsement* tidak semata-mata untuk kepentingan pribadi dan perusahaan namun untuk halyak luas.

B. Saran

Dari berbagai uraian yang telah dikemukakan di atas, ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan:

1. Sebagai pelaku bisnis apalagi pemula maka jangan ragu untuk melakukan iklan, sebab iklan sangat mempengaruhi kemajuan bisnis.
2. Apabila ingin mengajak *celeb* untuk bekerjasama dalam *endorsement* sebaiknya mempertimbangkan beberapa hal agar tidak salah pilih dan mengalami kerugian, sebab *endorsement* membutuhkan biaya yang cukup banyak.