

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Influencer*, *Tagline*, dan *Sales Campaign* mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap Minat Beli pelanggan Scarlet Whitening terlihat dari hasil perhitungan SPSS R^2 sebesar 79.5% sedangkan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. *Influencer*, *Tagline*, dan *Sales Campaign* mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Beli, yang artinya semakin baik *Influencer*, *Tagline*, dan *Sales Campaign* yang dimiliki oleh produk maka semakin baik Minat Beli dari para pelanggan dan sebaliknya.
2. *Influencer* mempunyai pengaruh yang sedang di penelitian ini terhadap Minat Beli pelanggan sebesar 51.1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. *Influencer* memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli artinya Minat Beli pelanggan Scarlett Whitening akan meningkat apabila Scarlett Whitening memperkerjakan *Influencer* yang tepat dan bisa menarik perhatian publik.
3. *Tagline* mempunyai pengaruh yang tinggi dibanding dengan *Influencer* di penelitian ini terhadap Minat Beli pelanggan sebesar 75.9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. *Tagline* memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli, artinya Minat Beli pelanggan pelanggan Scarlett Whitening akan meningkat apabila pelanggan Scarlett Whitening menggunakan *Tagline* yang kreatif dan menarik.
4. *Sales Campaign* juga mempunyai pengaruh yang tinggi di penelitian ini terhadap Minat Beli pelanggan dibandingkan dengan *Influencer*, sebesar 73.1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. *Sales Campaign* memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli, artinya

Minat Beli akan meningkat apabila pelanggan Scarlett Whitening mengadakan *Sales Campaign*.

5.2. Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk Badan Pembekalan Tentara Nasional Indonesia adalah sebagai berikut :

1. *Influencer, Tagline, dan Sales Campaign* mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap Minat Beli pelanggan Scarlett Whitening. Hal ini disarankan untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kemampuan dalam pemilihan *Influencer, Tagline, dan Sales Campaign* dalam kegiatan promosi Scarlett Whitening.
2. *Influencer* mempunyai pengaruh yang cukup atau sedang terhadap peningkatan Minat Beli. Oleh karena itu Scarlett Whitening perlu memperhatikan dalam memilih *Brand Ambassador* ataupun *Influencer* yang akan mempromosikan produk mereka, karena *public figure* yang dipilih sangat mempengaruhi minat beli dari pelanggan Scarlett Whitening itu sendiri. Penting untuk memilih *Influencer* yang cocok dengan *brand image* dan memiliki reputasi yang baik
3. *Tagline* mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap peningkatan Minat Beli. Oleh karena itu bagian *copywriting* Scarlett Whitening perlu terus meningkatkan kreatifitas dalam memilih kata-kata yang tepat dan sederhana yang bisa menggambarkan kualitas produk dengan baik, agar pesan dari merek dapat tersampaikan dengan baik kepada para pelanggan sehingga dapat meningkatkan Minat beli dari para pelanggan.
4. *Sales Campaign* mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap Minat Beli pelanggan Scarlett Whitening. Oleh karena itu bagian *Sales Marketing* harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan setiap produk-produk Scarlett Whitening agar bisa mendorong Minat Beli dari para pelanggan.

