

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan terhadap Minat Beli SKINTIFIC di Jakarta Barat yang melibatkan *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador*, maka dibentuklah sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Social Media Marketing* (X1) dan *Brand Ambassador* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) dengan persentase pengaruhnya sebesar 0.440 atau 44%
2. Variabel *Social Media Marketing* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) persentase pengaruhnya sebesar 0.431 atau 43%
3. Variabel *Brand Ambassador* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli (Y) persentase pengaruhnya sebesar 0.269 atau 27%

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan maka berikut adalah saran yang diberikan :

1. Dikarenakan *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Beli sebesar 44% oleh

karena itu, SKINTIFIC sebaiknya terus meningkatkan kegiatan *Social Media Marketing* dan melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan *Brand Ambassador* sehingga konsumen memiliki minat beli yang tinggi lagi terhadap produk SKINTIFIC.

2. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Social Media Marketing* yang memiliki nilai tertinggi dan perlu dikembangkan serta dipertahankan yaitu :
  - a. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4.36 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC terus meningkatkan *Social Media Marketing* dengan konten yang menarik
  - b. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4,36 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC terus melakukan kegiatan kolaborasi bersama dengan *influencer* agar dapat meningkatkan minat beli
  - c. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4,26 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC terus memberikan informasi yang baik dan lengkap pada saat membuat konten atau melakukan *live streaming*.
3. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Brand Ambassador* yang memiliki nilai tertinggi dan perlu dikembangkan serta dipertahankan yaitu :
  - a. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,44 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC dalam memilih seorang *Brand Ambassador* harus memiliki nilai daya tarik yang kuat.

- b. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,27 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC dalam memilih seorang *Brand Ambassador* harus memiliki keahlian tersendiri pada bidang kecantikan agar konsumen merasa percaya dengan produk yang ia kenalkan
- c. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,26 dengan kategori sangat baik, maka SKINTIFIC dalam memilih seorang *Brand Ambassador* harus memiliki reputasi yang baik agar konsumen merasa yakin untuk membeli produk SKINTIFIC.
4. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Social Media Marketing* yang memiliki nilai terendah dan perlu untuk ditingkatkan yaitu :
- a. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4,05 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu meningkatkan cara membawakan produk dengan baik jika sedang berkolaborasi bersama dengan *influencer* agar konsumen tidak hanya berfokus terhadap *influencer* saja melainkan tertarik dengan produk SKINTIFIC.
- b. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4,12 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu meningkatkan komunikasi interaktif bersama dengan konsumen secara langsung misalnya melalui kolom komentar di siaran langsung.
- c. *Social Media Marketing* memiliki nilai 4,15 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu meningkatkan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

5. Adapun dilihat dari hasil analisis deskriptif atas indikator *Brand Ambassador*

yang memiliki nilai terendah dan perlu untuk ditingkatkan yaitu :

- a. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,06 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu meningkatkan cara agar seorang *Brand Ambassador* dapat merekomendasikan produk SKINTIFIC kepada konsumen
- b. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,13 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu dalam memilih seorang *Brand Ambassador* yang berpenampilan menarik agar konsumen yakin untuk membeli produk SKINTIFIC
- c. *Brand Ambassador* memiliki nilai 4,15 dengan kategori baik, maka SKINTIFIC perlu melakukan pemahaman yang mendalam mengenai produknya sendiri kepada seorang *Brand Ambassador* agar dapat meyakinkan konsumen.