

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan serta dianalisis dan juga berdasarkan dengan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS mengenai mengenai pengaruh kredibilitas beauty vlogger dan citra merek pada tayangan produk kecantikan purbasari di youtube terhadap minat beli (pada mahasiswi ilmu komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta), maka memperoleh kesimpulan sebagai:

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa kredibilitas beauty vlogger memiliki pengaruh signifikan pada minat beli, yang mana artinya kredibilitas beauty vlogger terhadap minat beli mahasiswi ilmu komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta masih dapat mempengaruhi minat beli. Dikarenakan kredibilitas beauty vlogger yang mengarah kepercayaan, keahlian yang dimiliki, dan daya tarik yang dimiliki oleh beauty vlogger dapat memicu pada minat beli. sehingga hasil untuk variable kredibilitas beauty vlogger selaras dengan hipotesis, yaitu beauty vlogger berpengaruh terhadap minat beli.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, yang mana artinya citra merek purbasari pada minat beli mahasiswi ilmu komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta masih dapat mempengaruhi minat beli. dikarenakan untuk menciptakan citra merek yang baik di benak pelanggan, produk memiliki sebuah ciri khas maka akan menimbulkan citra yang baik di pelanggan. Sehingga hasil untuk variabel citra merek selaras dengan hipotesis, yaitu citra merek purbasari berpengaruh terhadap niat beli
- c. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh dari kredibilitas beauty vlogger dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, dimana pengaruh citra merek (0.587) lebih besar daripada pengaruh beauty vlogger (0.264).

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teori kredibilitas sumber dalam penelitian ini dapat menjawab dan dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh kredibilitas beauty vlogger dan citra merek pada tayangan produk kecantikan purbasari di youtube terhadap minat beli.

5.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, diharapkan mampu memberikan kontribusi secara praktis maupun teoritis baik perusahaan maupun peneliti selanjutnya.

- a. Saran Praktis: diharapkan untuk kedepannya, penelitian ini dan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi yang berhubungan dengan judul penelitian ini. Untuk calon konsumen harus benar-bener perhatikan produk sebelum dibeli apakah produk yang telah direview dan direkomendasi oleh beauty vlogger memiliki kandungan baik atau tidak. Dan masyarakat juga bisa menghargai dan menjadikan konten-konten beauty vlogger di youtube sebagai sumber informasi dalam bidang kecantikan.
- b. Saran Teoritis: diharapkan untuk kedepannya penelitian ini dapat dilanjutkan tidak hanya di kalangan mahasiswi ilmu komunikasi FISIP UPNVJ melainkan ke kalangan yang berbeda atau lebih luas. Dan diharapkan agar dapat melakukan penelitian sejenis dengan menambahkan serta mengukur variabel lain seperti harga, kualitas, dan isi konten agar dapat meningkatkan minat beli. Serta mencari teori pendukung lainnya yang memang dikhususkan, dan juga mengubah subjek yang akan diteliti, sehingga menjadi penelitian yang lebih baik lagi yang dapat dijadikan acuan untuk perusahaan.