

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.I Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini diantaranya:

1. Social Media Influencer tidak memberikan dampak positif atau berkontribusi negative terhadap minat beli produk fashion. Hal tersebut di sebabkan oleh beberapa faktor dari social media influencer yang tidak menarik minat masyarakat untuk membeli produk fashion yaitu kurang tersampainya informasi yang diberikan influencer kepada target pembelinya. Kurangnya kredibilitas atau kesesuaian influencer dengan produk yang dipromosikannya juga menyebabkan minat beli untuk produk fashion kurang sehingga masyarakat tidak terlalu memerhatikan atau terpengaruh oleh social media influencer sebagai salah satu bentuk pemasaran yang dilakukan perusahaan atau *onlineshop* produk fashion. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hipotesis awal yang diajukan peneliti bahwa social media influencer tidak berpengaruh terhadap minat beli. Data penelitian sebelumnya tidak sesuai dan tidak mendukung bahwa social media influencer tidak berpengaruh terhadap minat beli.
2. Electronic Word Of Mouth memberikan dampak positif dan berkontribusi terhadap minat beli produk fashion. Artinya, e-WOM sudah cukup kuat dalam menarik minat beli produk fashion di kalangan masyarakat generasi Z. e-WOM merupakan salah satu alasan ketertarikan masyarakat dalam minat beli produk fashion. Rekomendasi dari sesama pengguna sosial media atau review yang dimiliki dan dilihat oleh pengguna lainnya menjadi faktor masyarakat memilih produk yang ingin dibelinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hipotesis awal yang diajukan peneliti yaitu e-WOM berpengaruh terhadap minat beli.

V.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang sudah dibuat, Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dan *onlineshop* yang menjual produk *fashion* harus terus berinovasi dalam mengembangkan produknya yang terus berkembang. Membuat ciri khas produk yang sesuai dengan budaya dan mengikuti perkembangan secara global dapat menarik minat masyarakat dalam membeli. Dengan memaksimalkan strategi pemasaran yang baik juga dapat membantu dalam memasarkan dan menaikkan penjualan. Toko dapat memilih *influencer* yang memang memiliki *style* yang sesuai dengan produk yang dijual atau dipromosikannya sehingga dapat menyesuaikan kepada target konsumen yang dituju. Informasi dan pelayanan yang diberikan dapat ditingkatkan sehingga dapat diterima dengan baik oleh calon konsumen dan dapat menarik minat sehingga dapat terjadinya proses pembelian.
2. Kepada peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan minat beli dengan menambahkan beberapa variabel bebas lainnya diluar yang telah dilakukan peneliti. Sehingga dapat dilihat variabel apa saja yang lebih berpengaruh terhadap minat beli terhadap produk *fashion* dan agar penelitian yang dilakukan lebih sempurna dan akurat. Peneliti juga dapat memperluas demografi selain di DKI Jakarta dan Generasi Z.