

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada penelitian ini. Kemudian dilanjutkan dengan bab 5 yaitu penutup. Di dalam penutup ini berisikan kesimpulan dari setiap pembahasan di bab 4, maka dapat disimpulkan bahwa:

5.1 Simpulan

penelitian ini, *followers* menganggap bahwa *beauty influencer* Tasya Farasya sebagai evaluator yang mampu memberikan informasi yang benar tentang produk *makeup Mother Of Pearl* yang telah diluncurkan. Sebagai *beauty influencer*, tasya farasya berhasil membuat *followers* terpengaruh dengan apa yang disampaikan. Informasi mengenai *review* produk kecantikan juga *up to date*, yang membuat Tasya Farasya menjadi menjadi *reviewer* berpengaruh dan kredibel.

Dimensi pembahasan diperoleh nilai Kredibilitas Reviewer (X1) tHitung sebesar 25.601 dan tTabel 1.984 dan nilai signifikansi (Sig.) $0.000 < 0.05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kredibilitas Reviewer terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 56, menunjukkan bahwa antara variabel Kredibilitas *Argument Quality* (X1) dan Minat Beli (Y) terdapat koefisien korelasi (R) sebesar 0.933. Hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat korelasi positif antara antara kedua variabel dengan tingkat pengaruh sangat **kuat**. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara *Argument Quality* Tasya Farasya dengan minat beli brand make up *Mother Of Pearl* (MOP).

Tasya Farasya memenuhi tiga dimensi kredibilitas sumber. Hasil yang didapatkan persentase dimensi keahlian paling besar sebanyak 44,30% dan masih kurang pada komponen keterpercayaan (19,56%). Hal ini membuktikan bahwa Tasya Farasya sebagai seorang influencer bisa dikatakan kredibel jika dikaitkan dengan model dari teori kredibilitas sumber yang menyatakan bahwa seorang *influencer* dapat dikatakan kredibel mendapatkan keterpercayaan dan memiliki keahlian yang diakui oleh pengikutnya.

Faktor sikap orang lain menjadi faktor yang mempengaruhi minat beli responden produk *brand makeup* Mother of Pearl, hal ini didapatkan dari hasil dari

indikator dua pada dimensi minat pada variabel Y mengenai ketertarikan konsumen dengan produk yang disebabkan oleh *reviewer*. Jenis dan tingkatan minat beli responden termasuk pada kategori minat transaksional. Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara *argument quality* Tasya Farasya terhadap minat beli *followers* pada akun Instagram @tasyafarasya sebesar sebesar 87% dan selebihnya 13% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak peneliti teliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan juga kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat berguna dan dapat melengkapi kekurangan serta mengembangkan penelitian ini untuk meneliti lebih dalam mengenai pengaruh *argument quality beauty influencer* terhadap minat beli masyarakat. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk penelitian kualitatif dengan menambahkan variabel komunikasi dan kebaharuan dalam konteks *marketing communication*.

5.2.2 Saran Praktis

1. Tasya Farasya disarankan untuk memperluas jenis produk yang di *review*, mengadakan *polling*, sesi tanya jawab, dan membaca komentar agar mendapatkan wawasan tentang apa yang disukai dan diinginkan oleh *followersnya*.
2. Brand Mother of Pearl disarankan untuk lebih komunikatif dengan *followers* untuk bertukar pendapat dan *sharing* pengalaman dalam penggunaan produk.
3. *Followers* disarankan untuk tetap bijak dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi yang lebih jelas, lengkap, serta kredibel.