

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan *software Smart-PLS* versi 4.0 dengan metode SEM-PLS terkait *Brand Image*, *Celebrity Endorser*, dan *Social Media Marketing* terhadap Minat Beli pada produk *The Originote* di Instagram, ditemukan bahwa pada penelitian yang dilakukan di Jakarta Selatan ini memiliki beberapa kesimpulan penelitian diantaranya:

1. Adanya pengaruh positif signifikan pada variabel *Brand Image* terhadap Minat Beli pada produk *The Originote* di Instagram yang dilakukan di Jakarta Selatan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa indikator dan instrumen yang mewakili konstruk variabel dapat mempengaruhi minat beli masyarakat pada produk *The Originote*. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.
2. Adanya pengaruh positif signifikan pada variabel *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli pada produk *The Originote* di Instagram yang dilakukan di Jakarta Selatan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa indikator dan instrumen yang mewakili konstruk variabel dapat mempengaruhi minat beli masyarakat pada produk *The Originote*. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.
3. Adanya pengaruh positif signifikan pada variabel *Social Media Marketing* terhadap Minat Beli pada produk *The Originote* di Instagram yang dilakukan di Jakarta Selatan. Penelitian ini juga membuktikan bahwa indikator dan instrumen variabel dapat mempengaruhi minat beli masyarakat pada produk *The Originote*. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Social Media Marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti merasa bahwa adanya hambatan atau keterbatasan yang dialami selama penelitian yang dirasakan oleh peneliti. Adanya keterbatasan ini juga penulis harapkan menjadi bahan acuan untuk peneliti berikutnya agar memperbaiki penelitian selanjutnya atau dapat dijadikan referensi. Berikut merupakan beberapa keterbatasan yang dialami:

1. Objek yang digunakan hanya berfokus pada platform sosial media tertentu yakni Instagram sehingga penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitiannya dengan menggunakan platform sosial media lainnya seperti TikTok, X, Facebook dan lainnya karena tiap platform sosial media memiliki karakteristik pengguna berbeda.
2. Objek penelitian yang digunakan hanya berfokus pada satu objek atau merek, karenanya penelitian kedepannya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan perbandingan uji komparasi antara objek yang berbeda atau penambahan objek penelitian.

5.3 Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, perlu adanya saran yang diberikan untuk perusahaan dan peneliti lain. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan:

1. Saran terhadap perusahaan:
 - a. Dengan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *Brand Image* terhadap Minat Beli pada produk The Originote, perusahaan diharapkan dapat mempertahankan citra yang positif kepada konsumen. Dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa indikator dengan nilai indikator tertinggi yaitu *Functional Image* yang menunjukkan bahwa kualitas yang tinggi yang dimiliki oleh The Originote yang membuat konsumen tetap berminat dalam membeli produk yang ditawarkan walaupun konsumen melihat banyak penawaran skincare di masyarakat yang memiliki kualitas serupa. Maka dengan adanya citra yang baik, perusahaan dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk The Originote. Perusahaan juga dapat meningkatkan

- reputasinya dengan meningkatkan kekuatan mereknya di pasaran dengan adanya citra yang positif.
- b. Untuk mempertahankan dan meningkatkan minat konsumen dalam melakukan pembelian, karena adanya pengaruh signifikan pada variabel *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli, pilihan perusahaan dalam memilih selebritas untuk melakukan ulasan dan promosi terkait produk The Originote sudah tepat. Sehingga dalam hal ini, perusahaan sudah tepat mempertahankan strategi dalam memilih selebritas yang digunakan sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk The Originote sesuai dengan penilaian tertinggi pada indikator *Trustworthiness*. Selebritas yang dapat dipercaya dan memiliki ketulusan dalam mempromosikan atau mengulas produk dapat dipilih perusahaan. Namun, perusahaan juga cenderung harus peduli terhadap pemilihan selebritas yang menarik atau berpenampilan baik sesuai dengan kredibilitasnya. Dengan demikian, perusahaan juga dapat meningkatkan pengawasannya dengan selebritas yang tulus dan dapat dipercaya dalam mempromosikan The Originote.
- c. Adapun hal yang perlu diperhatikan perusahaan terkait tampilan sosial media atau konten yang dibagikan di media sosial The Originote. Dengan adanya pengaruh signifikan variabel *Social Media Marketing* terhadap Minat Beli, konsumen cenderung tertarik dengan tampilan sosial media yang menyenangkan sehingga dengan adanya penilaian atau pengalaman yang didapatkan oleh konsumen dapat membuat konsumen tertarik atau berminat untuk melakukan pembelian produk The Originote sesuai dengan penilaian tertinggi terhadap indikator *Entertainment*. Perusahaan juga harus dapat *maintain* atau menjaga kustomisasi yang berkaitan dengan layanan sosial media, agar masyarakat yang mengandalkan sosial media untuk berhubungan dengan perusahaan secara langsung dapat terpenuhi kebutuhannya dengan konten yang menyenangkan yang disebar oleh The Originote.

2. Saran terhadap penelitian berikutnya:

Dari penelitian yang telah dilakukan, penelitian selanjutnya dapat menggunakan platform sosial media lainnya seperti TikTok, X, Facebook dan lainnya karena tiap platform sosial media memiliki karakteristik pengguna berbeda terhadap objek yang diteliti. Serta penelitian lain kedepannya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan perbandingan uji komparasi antara objek yang berbeda atau penambahan objek penelitian.