

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Merujuk pada temuan riset yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas *Brand Ambassador* Hearts2Hearts terhadap Minat Beli Produk Barenbliss (Survei pada *Followers* TikTok @barenbliss\_id)”, dapat disimpulkan bahwa kredibilitas Hearts2Hearts sebagai *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Barenbliss. Temuan ini menunjukkan bahwa Hearts2Hearts sebagai *brand ambassador* berperan dalam memengaruhi minat beli produk Barenbliss.

Selanjutnya, kredibilitas Hearts2Hearts sebagai *brand ambassador* berkontribusi sebesar 91,5% terhadap minat beli produk Barenbliss. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, keahlian, dan daya tarik yang membentuk kredibilitas Hearts2Hearts secara keseluruhan berperan dalam membentuk perhatian, ketertarikan, keinginan, dan keyakinan responden terhadap produk Barenbliss.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kredibilitas *brand ambassador* Hearts2Hearts terhadap minat beli produk Barenbliss, penulis memberikan saran praktis dan teoritis sebagai berikut:

##### 5.2.1. Saran Praktis

Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha industri kosmetik, khususnya Barenbliss, dalam menentukan strategi pemasaran ke depannya, terutama dalam pemilihan *brand ambassador*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi keahlian memperoleh nilai rata-rata (*mean*) paling rendah pada variabel kredibilitas *brand ambassador* (X). Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi audiens terhadap pemahaman Hearts2Hearts dalam mempromosikan produk Barenbliss masih perlu

diperkuat. Oleh karena itu, Barenbliss diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai produk Barenbliss kepada Hearts2Hearts agar sebagai komunikator dapat menyampaikan informasi secara lebih mendalam dan meyakinkan audiens.

Penguatan dimensi keahlian dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk konten, seperti demonstrasi dan tutorial pengaplikasian produk, penjelasan mengenai manfaat dan keunggulan produk, serta rekomendasi produk yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Melalui strategi tersebut, Hearts2Hearts tidak hanya dipersepsikan sebagai figur yang menarik, tetapi juga sebagai komunikator yang memahami produk dan mampu menyampaikan pesan promosi secara efektif.

Sementara itu, dimensi perhatian memperoleh nilai rata-rata (*mean*) paling rendah pada variabel minat beli (Y). Oleh karena itu, Barenbliss disarankan dapat memperkuat tahap awal penyampaian pesan dalam konten promosi di TikTok seperti menggunakan *hook* yang menarik pada lima detik pertama konten TikTok agar mampu memperoleh perhatian audiens dan mendorong mereka untuk menonton konten hingga selesai.

Dengan demikian, Barenbliss diharapkan dapat memfokuskan pengembangan strategi promosi pada peningkatan keahlian Hearts2Hearts sebagai penyampai pesan dan penguatan kemampuan konten dalam memperoleh perhatian audiens. Strategi tersebut diharapkan dapat semakin memperkuat kredibilitas *brand ambassador* dan minat beli produk Barenbliss.

### 5.2.2. Saran Teoritis

Dari segi teoritis, penelitian ini masih terdapatnya batasan, yakni sekadar menitikberatkan fokus pada pengaruh kredibilitas *brand ambassador* Hearts2Hearts terhadap minat beli produk Barenbliss. Merujuk pada perhitungan uji koefisien determinasi, terungkap bahwa kredibilitas *brand ambassador* menyumbang efek sebesar 91,5% pada minat pembelian, sementara sisa 8,5% didorong oleh berbagai variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini. Oleh karenanya, elemen-elemen eksternal tersebut berpeluang menjadi kebaruan (*novelty*) untuk riset di masa

mendatang agar dapat menelaah secara lebih komprehensif terkait ragam aspek lain yang mampu memicu minat beli pelanggan terhadap sebuah produk.