

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang memiliki pengaruh pada Minat Beli. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Korean Wave* (X1), *Live Streaming* (X2) dan *Flash Sale* (X3) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Minat Beli (Y). Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik *Korean Wave* (X1), *Live Streaming* (X2) dan *Flash Sale* (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening pada media sosial TikTok.
2. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli produk Scarlett Whitening pada Media Sosial TikTok. Hal tersebut berarti dengan menggunakan *Korean Wave* sebagai salah satu media promosinya dapat mempengaruhi minat beli produk Scarlett Whitening.
3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui bahwa variabel *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli. Hal tersebut berarti dengan menggunakan

*Live Streaming* dalam kegiatan penjualan dan promosinya dapat menjadi media untuk menarik minat beli konsumen produk Scarlett Whitening pada Media Sosial TikTok.

4. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diketahui bahwa variabel *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli. Hal tersebut berarti dengan memberikan program *Flash Sale* mampu menjadi daya tarik Minat Beli konsumen produk Scarlett Whitening pada media sosial TikTok.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran dan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya penelitian yang menyatakan *Korean Wave*, *Live Streaming* dan *Flash Sale* berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap minat beli maka kepada perusahaan yang bergerak dalam pemasaran secara online lebih gencar dalam membuat inovasi dengan mempertahankan indikator-indikator dalam *Korean Wave*, *Live Streaming* dan *Flash Sale* sebagai upaya dalam menarik Minat Beli pada konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Live Streaming* dan *Flash sale* cukup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli maka diharapkan strategi penjualan dan promosi produk Scarlett Whitening dapat menggunakan kedua variabel sebagai media untuk menarik minat beli konsumen.