

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan *influencer*, *review online customer*, sosial media marketing terhadap minat beli pada produk Skintific maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *influencer* terhadap minat beli. Dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $t_{hitung} 2.886 > t_{tabel} 1,972$ .
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel *review online customer* terhadap minat beli. Dimana  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $t_{hitung} 2.225 > t_{tabel} 1,972$
3. Variabel X3  $t_{hitung} 1.150 < t_{tabel} 1.972$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,252 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak . Yang artinya variabel X3 (*Social Media Marketing*) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (minat beli)

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data berkaitan dengan pengaruh *influencer*, *review online customer*, sosial media marketing terhadap minat beli pada produk Skintific maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat di pertimbangkan dalam pengambilan keputusan yakni :

### a. Bagi Perusahaan

Saran dari hasil penelitian ini yaitu perusahaan Skintific diharapkan dapat lebih memfokuskan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas dari setiap produk agar dapat meningkatkan niat beli dan mendapatkan review positif dari customer. Dan terus meningkatkan pemasaran melalui sosial media agar lebih banyak lagi orang yang mengetahui tentang produk dari Skintific.

### b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan landasan riset dan dapat mengembangkan penelitian berikutnya dengan lebih inovatif terkait dengan pengaruh *influencer*, *review online customer*, sosial media marketing terhadap minat beli pada produk Skintific