

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan pengaruh *Viral Marketing*, *Content Marketing*, dan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Produk Jiniso di Kota Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Viral Marketing* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat beli produk Jiniso di Kota Surabaya dengan indikator mengulas produk sebagai pengukur paling kuat dalam *Viral Marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa jika merek Jiniso mampu mempertahankan konsistensi produknya maka pelanggan akan merasa puas sehingga mereka akan memberikan ulasan yang baik. Sehingga dapat membuat merek menjadi viral dan dapat menarik minat beli pengguna media sosial.
2. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Content Marketing* mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat beli produk Jiniso di Kota Surabaya dengan indikator akurasi sebagai pengukur paling kuat dalam *Content Marketing*. Hal ini menunjukkan bahwa jika Jiniso memperbanyak pemasaran konten tentang deskripsi produk Jiniso yang sangat detail, sehingga orang memiliki kepercayaan bahwasanya konten yang berada di media sosial sangat akurat, sehingga dapat meningkatkan minat beli mereka.

3. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Media Sosial Tiktok mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat beli produk Jiniso di Kota Surabaya dengan indikator *relationship* sebagai pengukur paling kuat dalam media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi Jiniso untuk membangun hubungan yang baik dengan pengikut media sosial mereka, agar mereka merasa dekat dan akhirnya meningkatkan minat beli mereka pada produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka ada beberapa saran yang peneliti berikan untuk dijadikan bahan pertimbangan pada perusahaan antara lain:

1. *Viral marketing* memberikan pengaruh yang tinggi terhadap minat beli produk Jiniso. Diharapkan bagi Jiniso mampu mempertahankan kualitas produknya agar pelanggan memberikan ulasan yang bagus, tujuannya untuk menarik minat beli pengguna media sosial di masa yang akan datang.
2. *Content marketing* memiliki pengaruh yang tinggi terhadap minat beli produk Jiniso. Diharapkan bagi Jiniso untuk mempertahankan selalu membuat konten-konten yang menarik, dan mengikuti tren pasar. Tujuannya agar pengikut media sosial mereka merasa tertarik sehingga keinginan untuk membeli produk meningkat.
3. Media sosial Jiniso juga memiliki pengaruh yang tinggi dalam meningkatkan minat beli produk mereka. Diharapkan bagi Jiniso agar

selalu menjaga hubungan baik dengan pengikut media sosial mereka dalam jangka panjang.

4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya, agar hasil ini dapat dikembangkan sebagai referensi tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya dan disarankan menggunakan variabel lain seperti *brand trust*, *celebrity endorser*, dan *E-WOM* karena variabel tersebut dirasa dapat meningkatkan pengaruh minat beli produk Jiniso. Selain itu, dapat melakukan perluasan cakupan penelitian di kota lain agar dapat lebih memahami variasi regional dalam perilaku konsumen terhadap minat beli.