

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Iklan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) Skincare Camille Pada Aplikasi TikTok Shop. Hal ini ditunjukkan dengan:  $2,151$  (thitung)  $>$   $1,984$  (ttabel); tingkat signifikansi kurang dari  $0,05$  yaitu  $1,984$  (ttabel); tingkat signifikansi kurang dari  $0,05$  yaitu  $2,46$  (Ftabel); dan tingkat signifikansi kurang dari  $0,05$  yaitu  $<0,001$ .
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) Skincare Camille Beauty Pada Aplikasi TikTok Shop. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut:  $3,227$  (thitung)  $>$   $1,984$  (ttabel) dan tingkat signifikansi kurang dari  $0,05$  yaitu  $< 0,001$ .
3. Celebrity Endorser (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) Skincare Camille Beauty Pada Aplikasi TikTok Shop. Buktinya  $5,165$  (thitung)  $>$   $1,984$  (ttabel) dan tingkat signifikansi kurang dari  $0,05 < 0,001$ .
4. Daya Tarik Iklan (X1), Kualitas Produk (X2) dan Celebrity Endorser (X3) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan Minat Beli (Y) Skincare Camille Beauty Pada Aplikasi TikTok Shop. Hal ini ditandai dengan ambang signifikansi agak kurang dari  $0,05$  yaitu kurang dari  $0,001$  dan  $92,342$  (Fhitung) lebih dari  $2,70$  (Ftabel).

## 5.2 Saran

Peneliti menawarkan ide dan rekomendasi penelitian tambahan untuk menambah atau mengganti sejumlah variabel independen yang mempengaruhi minat beli, seperti harga, kualitas produk, *word-of-mouth*, citra merek, reputasi, dan lain-lain, berdasarkan hasil penelitian, diskusi, dan kesimpulan yang dicapai. Untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif mengenai produk yang diteliti, peneliti menyarankan peneliti lain untuk memperluas jangkauan sampel yang digunakan dalam penelitiannya. Karena signifikansinya yang besar, subjek penelitian ini telah menarik minat para pesaingnya juga. Oleh karena itu, temuan penelitian ini memberikan ide perawatan kulit Camille Beauty tentang bagaimana menjadi kreatif dan inovatif sambil mempertahankan dan meningkatkan daya tarik iklan dan penggunaan endorser selebriti.