

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui uji analisis hipotesis dan penelitian terdahulu, kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan pada judul penelitian “pengaruh *brand image*, *content influencer* dan *live streaming* tiktok terhadap minat beli *skincare* Skintific Di Batam “. Adapun hasil analisis yang telah dilakukan dengan metode regresi linier berganda membuktikan bahwa:

1. Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Skintific Di Batu Aji. Artinya bahwa semakin tinggi nilai suatu *brand image* maka semakin tinggi pula minat beli. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis yang menunjukkan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} yang didapat $3,772 > 1,9840$. Artinya bahwa H_0 diterima.
2. Variabel *content influencer* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Skintific Di Batu Aji. Artinya bahwa semakin kreatif, menarik dan menghibur suatu konten seorang *influencer*, maka semakin tinggi pula daya tarik minat beli penonton. Adanya secara tidak sadar, bahwa seseorang mudah tertarik jika konten *influencer* dapat menarik perhatiannya. Dan juga, semakin tinggi popularitas seorang *influencer*, semakin tinggi pula daya tarik yang dimiliki. hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan menyatakan

bahwa nilai sig $0,000 > 0,05$. Dan nilai t_{hitung} yang didapatkan $5,018 > 1,9840$. Maka dapat disimpulkan H_a diterima.

3. Variabel *live streaming* tiktok berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli *skincare* Di Batu Aji. Artinya bahwa, *live streaming* tiktok Sekarang sangat banyak masyarakat tertarik untuk menonton *live steaming* di tiktok. Oleh karena itu, *live streaming* yang diadakan oleh akun Skintific memicu ketertarikan yang disebabkan oleh faktor gaya *host* yang sangat menarik perhatian, informatif dan melibatkan calon pelanggan dalam berdiskusi melalui *live streaming*. Oleh karena itu, *live streaming* tiktok yang diadakan oleh Skintific memicu minat beli calon pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis yang diperoleh dengan nilai sig $0,000 > 0,05$. Nilai t_{hitung} $4,395 < 1,9840$. Maka disimpulkan H_a diterima.
4. Berdasarkan hasil analisis hipotesis penelitian, variabel *brand image*, *content influencer* dan *live streaming* tiktok berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat beli *skincare* Skintific Di Batam lebih tepatnya di daerah Batu Aji. Artinya, semakin bagus nilai dari tiap-tiap variabel, maka semakin tinggi minat beli. Sehingga, hipotesis H4 yang menyatakan “pengaruh *brand image*, *content influencer* dan *live streaming* tiktok terhadap minat beli *skincare* Skintific Di Batam” dapat diterima yang mendasarkan pada asumsi-asumsi sebelumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran terkait penelitian yang telah dilakukan. Saran tersebut dapat berisi manfaat dan sumber informasi untuk kedepannya.

1. Skintific sangat baik bila mempertahankan atau bahkan menaikkan nilai suatu *brand image* pada *skincare* Skintific. Karena, jika suatu *brand* baik, maka otomatis seorang *influencer* akan memberikan suatu konten yang menarik dan mengajak. Ada baiknya juga bila Skintific memperkerjakan seorang *influencer* yang popularitas nya tinggi, sehingga memiliki daya tarik. Skintific juga sangat bila mempertahankan *host streaming* yang informatif, kreatif dan mampu melibatkan calon pelanggan. Jika bisa mempertahankan tiap-tiap variabel di atas, maka minat beli Skintific tidak akan menurun bahkan bisa makin tinggi minat beli yang didapatkan.
2. Untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik lagi, maka perlu adanya penelitian berkelanjutan dengan menambahkan variabel-variabel bebas lainnya.
3. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian kedepannya.