

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berikut ini dapat disimpulkan dari temuan analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini, yang berjudul "Pengaruh Media Sosial, Influencer, dan Diskon Harga Terhadap Minat Beli Produk Ohmyskin":

1. Hasil pengujian analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh dan signifikan variabel media sosial Tiktok terhadap minat beli. Dibuktikan dengan perhitungan Uji t yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh media sosial Tiktok dengan minat beli. Nilai  $t_{hitung}(3,439)$  lebih besar  $>t_{tabel}(1,985)$ . Dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dan koefisien regresi memiliki nilai positif, jadi dapat disimpulkan variabel media sosial Tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
2. Hasil pengujian analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh dan signifikan variabel *influencer* terhadap minat beli. Dibuktikan dengan perhitungan Uji t yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *influencer* dengan minat beli. Nilai  $t_{hitung}(2,783)$  lebih besar  $>t_{tabel}(1,985)$ . dan nilai signifikansi 0,007 lebih kecil dari 0,05. Dan koefisien regresi memiliki nilai positif, jadi dapat disimpulkan variabel *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
3. Hasil pengujian analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh dan signifikan variabel *price discount* terhadap minat beli. Dibuktikan dengan perhitungan Uji t yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh *price discount* dengan minat beli. Nilai  $t_{hitung}(3,833)$  lebih besar  $>t_{tabel}(1,985)$ . dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dan koefisien regresi memiliki nilai positif, jadi dapat disimpulkan variabel *price discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

## B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan.
2. Variabel yang diteliti pada penelitian ini hanya media sosial Tiktok, *influencer*, dan *price discount*. Sedangkan masih banyak variabel lain yang bisa diteliti.

## C. Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui implikasi secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi teoritis
  - a. Menerapkan media sosial Tiktok sebagai salah satu strategi pemasara, membuat lebih luas cakupan sasaran target market perusahaan sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli.
  - b. *Influencer* mempunyai pengaruh terhadap minat beli pada produk Ohmyskin. *Influencer* dengan kredibilitas yang tinggi dan baik di sosial media tentunya dapat memikat pengikutnya untuk membeli produk.
  - c. Adanya *price discount* dapat digunakan perusahaan sebagai salah satu strategi marketing perusahaan dengan menerapkan diskon harga pada saat event tertentu sehingga bisa berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Implikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi marketing pada CV.Ohmyskin Natura Indonesia, serta dapat dijadikan evaluasi untuk perusahaan agar lebih baik dan juga bisa meningkatkan target pemasaran bagi perusahaan.

## D. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan diatas, maka sekiranya peneliti memberikan saran-saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan CV Ohmyskin Natura Indonesia agar terus memperkuat kegiatan pemasarannya pada akun media sosial Tiktok, mulai dari iklan penjualan produk, konten yang menarik, live interaksi dengan *owner* maupun *brand*

*ambassador* dan memperbaiki pelayanan kepada konsumen ataupun pengguna yang mengikuti akun Tiktok Ohmyskin. Dengan begitu diharapkan mampu menarik minat beli konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menambah variabel selain media sosial Tiktok, *influencer*, dan *price discount*. Untuk dijadikan penelitian ilmiah selanjutnya.

