

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap Minat Beli pada lipstik Viva maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran *Beauty Vlogger Attribute* menurut persepsi *viewers*, mayoritas termasuk kategori tinggi. Hal tersebut berdasarkan analisis pada variabel *Beauty Vlogger Attribute* yang memiliki tiga indikator yang diukur dalam penelitian ini yaitu *Trustworthiness*, *Expertise*, dan *Attractiveness*. Dari hasil penelitian ini, indikator *Expertise* memiliki kinerja yang sangat tinggi dalam melakukan review pada produk lipstik Viva, sehingga informasi, rekomendasi, mengenai produk yang diulas oleh *Beauty Vlogger* di youtube memberikan gambaran tentang produk dan secara langsung atau tidak langsung konsumen tertarik untuk mencoba lipstik Viva setelah melihat video review tersebut. Semakin jelas informasi yang dijelaskan oleh *Beauty Vlogger* maka dapat meningkatkan minat beli pada lipstik Viva.
2. Gambaran variabel Minat Beli menurut persepsi *viewers*, mayoritas termasuk kategori tinggi. Artinya responden tingginya minat responden untuk membeli atau mencoba lipstik Viva dimasa yang akan datang. Hal tersebut berdasarkan analisis pada variabel minat beli yang memiliki empat indikator yaitu, minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Hasil penelitian ini, minat transaksional memiliki kinerja paling tinggi, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
3. Pengaruh *Beauty Vlogger Attribute* terhadap minat beli pada lipstik Viva. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa *Beauty Vlogger* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh *Beauty Vlogger* terhadap minat beli pada lipstik Viva, maka diajukan beberapa saran yang dapat menjadi solusi dari berbagai permasalahan sehingga

menjadi bahan pertimbangan perusahaan kosmetik Viva maupun penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan yang hendak diambil selanjutnya.

1. Untuk lebih menarik lebih banyak peminat untuk membeli lipstik Viva, sebaiknya *Beauty Vlogger* saat mengulas memberikan kelemahan dan kelebihan dari produk yang diulasnya secara detail, karena dalam penelitian ini indikator *trustworthiness* (kepercayaan) merupakan indikator dengan kinerja yang paling rendah diantara indikator lainnya. Dengan menyampaikan kelemahan dan kelebihan secara detail maka informasi yang diulas oleh *Beauty Vlogger* dapat dipercaya dan konsumen berminat untuk membeli lipstik Viva.
2. Untuk meningkatkan minat beli, *Beauty Vlogger* saat mengulas suatu produk perlu mendorong viewersnya agar dapat menjadikan lipstik Viva sebagai pilihan utama. Karena dalam penelitian ini, diketahui bahwa indikator minat preferensial merupakan indikator dengan kinerja yang paling rendah. Untuk meningkatkan minat preferensial dapat dilakukan dengan cara meyakinkan *viewers* dan membandingkan dengan lipstik yang lainnya yang seimbang, sehingga dapat membuat viewer semakin yakin terhadap lipstik Viva sebagai pilihan utama.

Untuk penelitian yang selanjutnya, diharapkan dapat melakukan suatu penelitian mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Minat Beli pada lipstik Viva yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain contohnya adalah *brand awareness* dan *brand image*. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai minat beli pada lipstik Viva.