

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, responden yang gagal sebanyak 4 orang. Diperoleh bahwa hipotesis berbunyi “Sangat besar pengaruh *beauty vlogger* Abel Cantika terhadap minat beli produk Kecantikan PIXY” diterima hubungan antara kedua variabel dalam penelitian ini berbentuk positif, sehingga hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis ini nol ( $H_0$ ) ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh *beauty vlogger* (responden Kecamatan Medan Satria) semakin besar juga minat beli produk kecantikan PIXY (Responden Kecamatan Medan Satria) begitu pula, semakin rendah pengaruh *beauty vlogger* (Responden di Kecamatan Medan Satria) semakin rendah juga minat beli produk kecantikan PIXY (Responden di Kecamatan Medan Satria).

Dan berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Abel Cantika terlihat memiliki keahlian dalam melakukan *review* suatu produk yaitu pada video “NYOBAIN PRODUK BARU PIXY!! (*unboxing, swatch, review*)” channel YouTube Abel Cantika. Pengaruh *Beauty Vlogger* dalam penelitian ini lebih ke arah positif, terbukti dalam pernyataan kuesioner responden dominan menjawab setuju bahwa *beauty vlogger* Abel Cantika terlihat memiliki keahlian dalam melakukan *review* suatu produk.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan beberapa saran yang telah diusulkan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk menjadikan masukan sebagai evaluasi pemasaran

produk. Saran ini juga diharapkan dapat berguna untuk pembaharuan promosi yang dilakukan PIXY untuk memilih Beauty Vlogger agar hasil maksimal dan produk PIXY lebih berkembang dengan cepat.

### **5.2.1 Saran Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih dan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan peneliti serupa, peneliti menyarankan untuk menambah faktor – faktor lainnya yang diduga memiliki hubungan terhadap minat beli.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi dan referensi dalam bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai *beauty vlogger*, semoga dapat lebih mengeksplor topik maupun masalah yang lebih luas.

### **5.2.2 Saran Praktis**

- a. Bagi Mahasiswa  
Diharapkan mahasiswa mampu memilih produk dengan mempertimbangkan *beauty vlogger* yang mengulas produk tersebut yang memiliki keahlian, daya tarik, dapat dipercaya, dan mampu menggambarkan materi secara jelas
- b. Bagi Universitas  
Universitas diharapkan memberikan pembekalan bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi baik secara teknis dan non teknis yang dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk mengerjakan skripsi lebih memahami.

### **5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa, diharapkan dapat melakukan penelitian selanjutnya, khususnya terkait faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli produk PIXY.
- b. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa, untuk mengerjakan penelitian lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi

minat beli dengan faktor yang lebih luas, karena penelitian ini membahas secara mikro yaitu peneliti hanya membahas satu video dan satu *beauty vlogger*.

