

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang dilakukan dalam penelitian mengenai Peran Pemasaran Media Sosial Instagram, Diskon dan *Tagline* Produk Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Skincare & Bodycare di Bekasi). Berikut kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemasaran Media Sosial secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Scarlett Whitening di Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima yaitu pemasaran media sosial ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ). Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan serta peningkatan terhadap pemasaran yang dilakukan melalui media sosial agar minat beli Scarlett Whitening tetap stabil dan mengalami peningkatan.
2. Diskon secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Scarlett Whitening di Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima yaitu diskon ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ). Oleh karena itu, semakin banyak penawaran diskon pada produk scarlett whitening maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.

3. *Tagline* secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Scarlett Whitening di Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) ditolak yaitu *tagline* ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ). Oleh karena itu, pada pengguna *tagline* perlu adanya pemberdayaan serta peningkatan dalam penyampaian pesan produk kepada konsumen agar minat beli Scarlett Whitening mengalami peningkatan.
4. Pemasaran Media Sosial, Diskon dan *Tagline* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Scarlett Whitening di Bekasi.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai Peran Pemasaran Media Sosial Instagram, Diskon dan *Tagline* Produk Scarlett Whitening Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Skincare & Bodycare di Bekasi) maka terdapat beberapa saran yang akan disampaikan sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan Scarlett Whitening

- a. *Marketing Social Media* Scarlett Whitening agar lebih aktif, memberikan inovasi-inovasi dan penyajian pesan yang unik serta menarik agar konsumen dapat lebih memahami dan tertarik dengan informasi yang dipaparkan dimedia sosial khususnya instagram.
- b. diskon yang harus di perbanyak sehingga minat pembelian terus meningkat

- c. *tagline* yang harus terus dipertahankan dan dideklarasikan pada setiap pemasaran yang dilakukan. Sehingga, dapat meningkatkan minat beli konsumen pada produk Scarlett Whitening.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai *tagline* terhadap minat beli konsumen dan juga diharapkan dapat menambah variabel lainnya yang berkaitan untuk meningkatkan penjualan.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel lainnya diluar variabel yang sudah ada didalam penelitian ini.