

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini penulis merumuskan masalah yaitu “Apakah kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim, berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Some By Mi Snail Truecica pada Perempuan Generasi Z di Kota Semarang?” berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji koefisien korelasi diketahui hasil dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ yang menyatakan dua variabel memiliki hubungan, dan nilai dari korelasi antara variabel X dan variabel Y menunjukkan angka sebesar 0,537 yang memiliki tingkat hubungan sedang, dikarenakan nilai hubungan variabel X dan variabel Y berkisar antara 0,40 dan 0,599 (tabel 3.2)
2. Selanjutnya penulis menggunakan uji regresi linier sederhana dan ditemukan persamaan yaitu $Y = 1,922 + 0,333 X$, dan bernilai positif, bahwa setiap kenaikan 1% nilai kredibilitas *beauty vlogger*, maka nilai minat beli akan bertambah sebesar 0,333. Hasil dari nilai signifikansi ditemukan sebesar $0,000 < 0,05$, yang memiliki arti kredibilitas *beauty vlogger* berpengaruh terhadap minat beli.

3. Hasil dari uji t menunjukkan $T_{hitung} 6.305 > T_{tabel} 1,661$. Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini H_0 ditolak, dan H_a diterima. Dengan demikian kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim berhasil mempengaruhi dan meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare* Some By Mi Snail Truecica.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan/instansi yang berkaitan maupun bagi peneliti selanjutnya. Maka ada beberapa saran yang hendak penulis sampaikan, antara lain:

5.2.1 Bagi Perusahaan/instansi

- a) Berdasarkan hasil analisis deskriptif kredibilitas *beauty vlogger*, Dari beberapa *item* pertanyaan terdapat dua pertanyaan yang memiliki skor sangat setuju paling banyak yang mencapai 60 responden yaitu terdapat pada *item* satu (Suhay Salim ahli dalam bidang kecantikan *Skincare* maupun *Make Up*) dan *item* tujuh (Saya menyukai gaya bicara, Suhay Salim saat mereviu sebuah produk). Hal ini dapat menjadi acuan perusahaan saat ingin bekerja sama dengan *beauty vlogger* agar lebih memperhatikan keahlian yang dimiliki *beauty vlogger* serta melihat sisi daya tarik seperti gaya bicara yang tidak membosankan. Dengan memperhatikan ini diharapkan dapat lebih menarik penonton.

b) Berdasarkan hasil analisis deskriptif minat beli, dari lima item pertanyaan, terdapat satu item pertanyaan yang memiliki nilai skor sangat setuju yang muncul paling banyak, mencapai 63 respons, yaitu item delapan belas (Selesai melihat video, saya lanjut mencari tahu informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica). Berdasarkan repons yang diberikan, hal ini bisa menjadi tolok ukur perusahaan, bahwa masih banyak konsumen yang tidak cukup dengan satu sumber. Konsumen masih mencari informasi untuk lebih mengenal produk *skincare*, melalui sumber lain.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Bagi peneliti yang akan menganalisis dengan tema yang sama mengenai pengaruh *beauty vlogger* terhadap minat beli produk Some By Mi, diharapkan dapat meneliti faktor yang lebih luas lagi, dikarenakan pada penelitian ini, penulis hanya berfokus pada satu *beauty vlogger* dan satu video.
- b) Dari hasil jawaban responden mengenai minat beli, skor sangat setuju yang paling banyak muncul terdapat pada indikator minat eksploratif, yang dimana responden memilih untuk lanjut mencari tahu informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica pada sumber lain. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini penulis hanya melakukan penelitian kredibilitas dalam sekali menonton video rewiu Suhay Salim dan kredibilitas tidak bisa langsung terbentuk penuh hanya dengan sekali menonton. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai

kredibilitas *beauty vlogger* disarankan agar meneliti kredibilitas ketika responden, minimal sudah pernah menonton video rewiu sebanyak lima kali.

c) Dari penelitian ini penulis hanya menggunakan satu variabel X yaitu kredibilitas. Penulis mengharapkan, peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mempunyai pengaruh seperti citra komunikator atau *familiarity* dan dapat menggunakan uji regresi linier ganda. Dengan demikian penelitian ini terus berkembang dan tidak berhenti sampai di sini saja.

d) Yang terakhir diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam penelitian selanjutnya dengan topik maupun masalah penelitian yang lebih luas.