

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Beli Produk *Camille Beauty*: Sebuah Studi Kuantitatif”, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan maka dapat disimpulkan:

1. Secara simultan variabel *influencer* mempengaruhi minat beli produk *Camille Beauty*. Melalui uji regresi linear sederhana ditemukan bahwa terdapat pengaruh positif antara *influencer* terhadap minat beli produk *Camille Beauty* dengan nilai F_{hitung} 85.252 lebih besar dari F_{tabel} . Sehingga disimpulkan H_1 yang menyatakan bahwa *influencer* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk *Camille Beauty*, diterima.
2. Nilai RSquare (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0.465 bisa disamakan dengan 46,5% yang artinya bahwa variabel *influencer* (X) mempunyai 46,5% pengaruh terhadap minat beli, kemudian kekurangannya dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Untuk dapat digunakan sebagai bahan masukan dan juga pertimbangan terhadap pihak *Camille Beauty* dan juga dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak *Camille Beauty* hendaknya tetap mempertahankan penggunaan *influencer* dalam mempromosikan produk, karena *influencer* mampu memberikan pengaruh dan dapat meningkatkan kepercayaan serta loyalitas dari masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk terus menggali informasi yang lebih dalam lagi, sehingga mampu mengembangkan informasi yang lebih luas dari penelitian terdahulu.