

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, peneliti dapat menyimpulkan mengenai pengaruh *live streaming* dan *brand trust* terhadap minat beli produk Skintific sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Skintific.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Skintific.
3. Dengan demikian, semakin sering konsumen menonton *live streaming* yang menarik serta semakin tinggi kepercayaan mereka terhadap merek Skintific, maka minat untuk membeli produk Skintific akan semakin meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya maupun bagi produk Skintific kedepannya. Tujuan utama ini adalah untuk meningkatkan kualitas serta memperkuat persepsi positif konsumen terhadap merek.

1. Bagi Skintific
 - a. Pada variabel *live streaming* (X_1), hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator diskon atau promosi memiliki skor rata-rata sebesar 3,75. Hal ini berarti promosi yang diberikan melalui kegiatan *live streaming* produk Skintific sudah cukup baik, namun masih bisa ditingkatkan. Beberapa penonton merasa bahwa diskon yang ditawarkan belum terlalu menarik atau belum berbeda dari promosi biasa di platform lain. Oleh karena itu, Skintific perlu membuat strategi promosi yang lebih menarik saat *live streaming*, seperti memberikan potongan harga khusus, voucher terbatas, atau hadiah

langsung bagi penonton, agar minat beli konsumen semakin meningkat.

- b. Pada variabel *brand trust* (X_2), berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata skor terendah sebesar 3,85 pada indikator reputasi merek. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menilai kepercayaan terhadap merek Skintific masih perlu diperkuat melalui peningkatan citra dan konsistensi kualitas produk. Meskipun Skintific dikenal memiliki reputasi yang baik di kalangan pengguna skincare, beberapa konsumen masih mempertimbangkan pengalaman pribadi dan ulasan dari pengguna lain sebelum memutuskan untuk membeli. Oleh karena itu, pihak Skintific perlu terus menjaga dan meningkatkan reputasi merek dengan memastikan kualitas produk yang stabil, memperkuat komunikasi positif dengan konsumen, serta menjaga keaslian dan *kredibilitas brand* agar tingkat kepercayaan konsumen semakin meningkat.

2. **Bagi penelitian selanjutnya**

- a. Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti *brand image*, *content influencer*, *social commerce*, maupun strategi pemasaran digital agar hasil penelitian lebih mendalam.
- b. Penelitian selanjutnya disarankan agar jumlah responden ditingkatkan sehingga hasil dapat lebih mencerminkan kondisi nyata.
- c. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif dengan wawancara untuk memahami pengalaman konsumen.
- d. Penelitian juga sebaiknya mencakup wilayah yang lebih luas agar hasilnya lebih mencerminkan keragaman perspektif konsumen.
- e. Disarankan melakukan penyaringan responden lebih ketat serta menyusun kuesioner dengan instruksi yang jelas agar mengurangi jawaban tidak serius dan menghasilkan data yang lebih valid.