

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Konten Marketing, Desain Produk, dan *Brand Ambassador* Terhadap Minat Beli Produk *Scarlett Whitening Body Lotion* Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama Medan. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa Manajemen di Universitas Potensi Utama Medan.

Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis secara parsial variabel independen Konten Marketing berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat beli Mahasiswa pada Jurusan Manajemen Universitas Potensi Utama Medan.
2. Berdasarkan hasil analisis secara parsial variabel independen Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli Mahasiswa pada Jurusan Manajemen Universitas Potensi Utama Medan.
3. Berdasarkan hasil analisis secara parsial variabel independen *Brand Ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli Mahasiswa pada Jurusan Manajemen Universitas Potensi Utama Medan.

4. Berdasarkan hasil analisis secara simultan variabel independen konten marketing, desain produk, dan *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli Mahasiswa pada Jurusan Manajemen Universitas Potensi Utama Medan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut

1. Konten Marketing Mempengaruhi Minat Beli Produk *Scarlett Whitening Body Lotion*, ada beberapa hal yang harus dilakukan:
 - a. *Scarlett Whitening* diharapkan untuk meningkatkan pembuatan konten dengan bahasa yang lebih mudah dipahami dengan tulisan yang jelas serta mudah dimengerti.
 - b. *Scarlett Whitening* diharapkan dalam menyajikan konten yang dikemas secara menarik, *up to date*, serta menyajikan konten testimoni real dari konsumen yang telah menggunakan produk serta menambahkan hasil uji lab terkait dengan bahan yang terkandung dalam produk untuk meminimalisir keraguan dan membuat konten lebih bernilai.
2. Desain Produk mempengaruhi Minat Beli Produk *Scarlett Whitening Body Lotion*, ada beberapa hal yang harus dilakukan:

- a. Menciptakan produk menjadi lebih praktis dan bervariasi, seperti membuat variasi ukuran produk. Hal ini dapat menarik minat beli konsumen yang ingin membawa produk berpergian dan konsumen yang baru ingin mencoba produk tersebut dengan membeli ukuran lebih kecil atau membeli sesuai kemampuan keuangan konsumen.
 - b. Melakukan inovasi produk dengan melakukan re-packaging produk menggunakan desain yang sedang tren dan banyak dibicarakan orang sehingga tidak ketinggalan zaman dan konsumen juga antusias dalam membeli produk karena desain yang *up to date*.
3. *Brand Ambassador* mempengaruhi Minat Beli Produk *Scarlett Whitening Body Lotion*, ada beberapa hal yang harus dilakukan:
 - a. Meningkatkan promosi dengan menggunakan *brand ambassador* agar lebih dikenali oleh penggemar maupun non-penggemar karena daya tarik *brand ambassador* sangat tinggi dalam memperkenalkan produk.
 - b. Menggunakan *brand ambassador* yang memiliki warna kulit sesuai dengan kulit Indonesia. Hal itu dapat meyakinkan konsumen dengan kekuatan promosi dari *brand ambassador* tersebut untuk menawarkan produk.
4. Dalam meningkatkan Minat Beli Produk *Scarlett Whitening Body Lotion*, ada beberapa hal yang dapat dilakukan:
 - a. Meningkatkan promosi di semua media sosial untuk lebih memudahkan konsumen dalam mencari informasi produk. Misal

dengan mengumpulkan review konsumen di aplikasi X yang dibuat menjadi threads.

- b. *Scarlett Whitening Body Lotion* dapat lebih memperhatikan kualitas yang didapatkan konsumen sesuai dengan klaim dari produk yang terdapat pada konten yang dibuat. Hal ini dapat mempengaruhi minat beli konsumen serta menjadikan *scarlett whitening body lotion* produk utama yang dibeli dibanding produk lain.

- 5. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya menambahkan beberapa variabel atau indikator yang berhubungan dengan minat beli konsumen, juga menambahkan jumlah sampel dan populasi agar peneliti tersebut bisa mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Peneliti menyadari bahwa masih banyak variabel lainnya yang bisa diteliti namun karena keterbatasan waktu dan tempat penelitian hanya mampu meneliti beberapa bagian yang menjadi masalah untuk menjadi variabel penelitian.

