

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Efektivitas Strategi *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yang mampu menjawab identifikasi masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini, antara lain:

1. *Digital Marketing (Social Media Marketing)* memiliki hubungan yang kuat serta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli produk Scarlett Whitening. Hal tersebut dapat dilihat dari uji hipotesis yang diperoleh dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,05$ yang berarti H_0 dan H_1 diterima,
2. *Digital Marketing (Social Media Marketing)* dapat memberikan pengaruh terhadap Minat Beli sebesar 44,8% berdasarkan pertutungan koefisien determinasi. sedangkan sisanya 55,2% adalah pengaruh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berlandaskan dari hasil yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan serta memperluas pengetahuan. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

A. Saran Teoritis

1. Pada penelitian ini hanya mernhahas mengenai *Digital Marketing (Social Media Marketing)* terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening. Dengan demikian, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai objek yang sama dengan menggunakan variabel yang berbeda untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi Efektivitas

Strategi *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli yang telah diketahui nilainya.

2. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, diharapkan penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menggunakan path analisis, analisis faktor atau *Structural Equal Modelling* (SEM).
3. Penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai Digital Marketing terhadap Minat Beli.

B. Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini. diharapkan Scarlett Whitening dapat meningkatkan dan memaksimalkan pengembangan digital marketing guna mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan seperti pemalsuan barang, ataupun akun resmi. Serta mencetuskan promosi-promosi terbaru melalui media sosial sebagai tolak ukur keberhasilan Scarlett sampai dengan saat ini agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.
2. Hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan yang sedang memilih strategi pemasaran untuk produk dan jasa, untuk memanfaatkan dan memilih *social media marketing* karena dapat meningkatkan minat beli juga citra baik merek.