

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang dijabarkan tadi dalam penelitian ini, terdapat beberapa poin utama dapat disimpulkan, yakni:

1. Berdasarkan hasil penelitian, Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen Jiniso. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran melalui media sosial yang dilakukan Jiniso, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
2. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Influencer Marketing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen Jiniso. Artinya, semakin efektif penggunaan influencer dalam mempromosikan produk Jiniso, maka minat beli konsumen akan semakin meningkat.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, Social Media Marketing dan Influencer Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Jiniso. Ini berarti kedua variabel tersebut saling mendukung dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
4. Diketahui bahwa Influencer Marketing merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat beli konsumen Jiniso dibandingkan Social Media Marketing. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan influencer lebih efektif dalam menarik perhatian dan minat beli konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti mengajukan sejumlah rekomendasi, yaitu:

1. Jiniso disarankan untuk terus mengembangkan konten yang menarik, konsisten, dan relevan di media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak

audiens dan meningkatkan interaksi yang pada akhirnya mendorong minat beli konsumen.

2. Mengingat Influencer Marketing memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap minat beli, maka Jiniso perlu lebih selektif dalam memilih influencer yang memiliki citra yang kuat, mewakili anak muda, *engagement rate* yang baik, berkerja sama dengan influencer bergender laki-laki, serta relevan dengan target pasar Jiniso.
3. Kedua strategi ini terbukti saling melengkapi. Oleh karena itu, perlu dilakukan integrasi antara kampanye di media sosial dengan aktivitas influencer agar pesan promosi lebih kuat dan konsisten diterima oleh konsumen.
4. Untuk memastikan strategi yang digunakan tetap relevan dan efektif, Jiniso sebaiknya melakukan evaluasi berkala terhadap performa konten media sosial maupun kampanye *influencer* melalui indikator seperti *engagement*, *conversion rate*, dan *feedback* konsumen.