

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

5.1.1 Simpulan Statistik

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian melalui bantuan program *software* SPSS 25 yang telah disajikan pada Bab 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Vlog* Devienne Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*” (X) memiliki hubungan yang tinggi dengan minat beli *viewers* (Y). Hal ini dibuktikan dari hasil uji kolerasi yang memperoleh nilai sebesar 0,682.
2. *Vlog* Devienne Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*” (X) memiliki pengaruh sebesar 46.5% terhadap minat beli *viewers* (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Pengujian hipotesis melalui uji t yang telah dilakukan menunjukkan nilai hasil t hitung sebesar 18.606, nilai t tabel sebesar 1.966. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung > t tabel, maka dapat diartikan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Menurut hasil pengujian ini, dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh antara *vlog* Devienne Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*” (x) terhadap minat beli *viewers* (y).
4. Pada analisis regresi linear sederhana yang telah didapatkan, hasil menunjukkan bahwa jika nilai variabel X=0, maka variabel Y sebesar 38.056. Jika terjadi penambahan 1 nilai dari pada *vlog* Devienne Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*”, maka nilai minat beli bertambah sebesar 1.031.

5.1.2 Simpulan Penelitian

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *vlog* Devienne Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*” terhadap Minat Beli

viewers. Kesimpulan ini dibuat dari hasil uji koefisien korelasi yang telah dilakukan.

2. Dalam penelitian ini, telah terbukti bahwa *vlog* Devienna Makeup “WARDAH *One Brand Makeup Tutorial*” memiliki pengaruh yang besar terhadap Minat Beli *viewers*. Kesimpulan ini dibuat dari hasil uji t yang telah dilakukan, dimana hasil menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti lain yang ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh dari *vlog* terhadap minat beli.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dasar selanjutnya bagi para peneliti untuk mengukur variabel lain yang belum diteliti.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi awal bagi para mahasiswa/mahasiswi lainnya dalam menggunakan teori-teori yang terdapat dalam penelitian ini.

5.2.2 Saran Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan kosmetik untuk meningkatkan *brand* atau produknya dengan menggunakan media baru.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagi perusahaan kosmetik mengenai pengaruh *beauty vlogger* terhadap minat beli *viewers*.

5.2.3 Saran Umum

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi pembaca, khususnya generasi muda mengenai media sosial terutama YouTube sebagai alat untuk berbagi informasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat secara umum agar dapat mengetahui manfaat dari media sosial, sehingga dapat digunakan dengan baik.

