

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kredibilitas endorser dan daya tarik konten terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi TikTok. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut,

1. Kredibilitas endorser secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi Tiktok
2. Daya tarik konten secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi Tiktok
3. Kredibilitas endorser dan daya tarik konten secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk *fashion* di aplikasi Tiktok

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran baik kepada para pelaku bisnis *fashion* maupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut,

1. Menyarankan kepada pihak pelaku bisnis *fashion*, untuk memperhatikan kredibilitas *endorser*, yaitu seorang *endorser* harus memiliki pengetahuan dan memahami produk yang dipasarkan, kemampuan dari *endorser* dalam menyapaikan produk akan menjadi pertimbangan konsumen untuk berminat membeli produk *fashion* di aplikasi TikTok.
2. Menyarankan kepada pihak pelaku bisnis *fashion*, di era digital saat ini harus memasarkan produk dengan membuat konten-konten yang menarik berkolaborasi dengan selebriti maupun

influencer terkenal serta membuat konten yang mudah dipahami maksud dan tujuannya sehingga meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk fashion di aplikasi TikTok.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini menggunakan pengaruh kredibilitas endorser dan daya tarik konten terhadap minat beli konsumen pada produk fashion di aplikasi TikTok. Untuk pengembangan mendatang masih memungkinkan untuk mengukur menambahkan variabel lain dan jumlah sampel penelitian.