

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa variabel influencer dan brand ambassador berpengaruh terhadap Minat beli. Adapun kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pengaruh antara influencer terhadap Minat beli adalah berpengaruh signifikan dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$
2. Pengaruh antara brand ambassador terhadap Minat beli adalah berpengaruh signifikan dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$

B. Keterbatasan penelitian

1. Penelitian ini terbatas pada variabel yang diteliti yaitu hanya influencer, dan brand ambassador dalam mempengaruhi Minat beli.

C. Saran

1. Bagi perusahaan MS Glow sebaiknya terus berinovasi dan memberikan bukti nyata agar konsumen tertarik dengan produk-produk yang ditawarkannya.

2. Bagi influencer dalam mengenalkan produk harus bisa menyakinkan konsumen agar tetap menggunakan produk- produk MS Glow
3. Bagi Brand ambassador harus bisa menjaga kepercayaan masyarakat terhadap dirinya dan juga produk yang di kenalkanya