

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli produk pada *followers* akun *instagram* @wardahbeauty itu sendiri. Pengaruh intensitas mengakses terhadap minat beli dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai alasan seseorang dalam memanfaatkan atau menggunakan media baru (jejaring sosial). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang dilakukan pada 400 responden, dengan rincian hasil sebanyak 97,8% merupakan responden yang berjenis kelamin perempuan dan 2,3% merupakan responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usia dari responden maka, pada penelitian didominasi oleh responden dengan rentang usia 21-24 tahun yaitu sebesar 56,3%. Jika dilihat dari jenis pekerjaannya, maka responden dari kalangan pelajar/mahasiswa paling mendominasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 43,8%.

Berdasarkan hasil analisis data yang ditemukan pada penelitian ini nilai konstanta sebesar 0,384 dengan tingkat signifikansi $0,465 > 0,05$ menunjukkan bahwa nilai konstanta tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini menyebabkan intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty berpengaruh positif terhadap minat beli produk. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa semakin intens mengakses akun *instagram* @wardahbeauty akan meningkatkan minat beli produk. Hal

tersebut ditunjukkan dengan analisis uji T dalam analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty adalah sebesar 0,492 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.

Pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli produk pada *followers* akun *instagram* @wardahbeauty. Hal ini berarti bahwa semakin intens mengakses akun *instagram* @wardahbeauty akan menimbulkan minat beli. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil analisis uji F dalam regresi linier sederhana diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 12,053 dengan nilai pvalue sebesar 0,001. Sehingga hasil menunjukkan signifikan karena nilai pvalue ($0,001 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa intensitas mengakses akun *instagram* berpengaruh terhadap minat beli produk.

Salah satu faktor yang menjadi alasan mengapa pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli adalah karena manusia pada saat ini begitu bergantung dengan kecepatan memperoleh informasi agar dapat mengetahui macam-macam produk kecantikan.

Unggahan yang ada pada laman akun *instagram* @wardahbeauty begitu beragam foto dengan *caption* (keterangan foto) yang berbeda-beda. Hal ini menunjukkan bahwa Wardah selalu membuat inovasi baru untuk menarik calon konsumen dan memberikan yang terbaik untuk konsumen yang sudah menggunakan produk Wardah. Dengan adanya *instagram*

@wardahbeauty ini sangat mempermudah calon konsumen/konsumen untuk mencari informasi tentang produk Wardah bagi *followers* akun *instagram* @wardahbeauty.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli produk Wardah. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai R^2 (*R Square*) pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli produk Wardah pada *followers* @wardahbeauty yaitu sebesar 0,818 atau 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas mengakses mampu menjelaskan minat beli sebesar 81,8% dan sisanya 18,2% dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak diteliti yakni pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pengaruh intensitas mengakses akun *instagram* @wardahbeauty terhadap minat beli produk Wardah mendapatkan hasil R^2 (*R Square*) yang cukup besar yakni 81,8% dikarenakan penelitian ini dilakukan pada responden yaitu *followers* @wardahbeauty yang sebagian besar memang menjadi konsumen produk Wardah. Dan kemungkinan hasil R^2 (*R Square*) akan beda jika diuji dengan responden lain yang bukan dari *followers* @wardahbeauty.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis mengajukan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dengan bermanfaat

bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi akun *instagram* @wardahbeauty

Penelitian ini diharapkan mampu menambah inovasi untuk lebih menarik minat beli konsumen dengan menggunakan jejaring sosial *instagram*.

2. Bagi pengikut (*followers*) akun *instagram* @wardahbeauty

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan tentang apa saja yang mempengaruhi seseorang ketika mengakses sebuah akun khususnya akun produk kecantikan yang akan menimbulkan sikap konsumtif. Sehingga harapan kedepan *followers* dapat semakin selektif dalam memilih dan mengakses sebuah jejaring sosial atau akun tertentu berdasarkan kegunaan dan kebutuhan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat melihat hubungan antara karakteristik responden dengan motif yang dimiliki oleh seseorang dalam mengakses akun jejaring sosial *instagram*.