

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dari seluruh rangkaian kumpulan dan olahan data, maka disimpulkan:

1. Terpaan *celebrity endorser* dalam media sosial TikTok terhadap minat beli produk sariayu adalah terbukti **terdapat pengaruh** dengan nilai signifikansi 0,008 diartikan **signifikan** dan hipotesis pertama **diterima** serta menjelaskan bahwa teori respon kognitif yang digunakan masih relevan dan penggunaan *celebrity endorser* terbukti efektif.
2. Terpaan *electronic word-of-mouth* dalam media sosial TikTok terhadap minat beli produk sariayu adalah terbukti **terdapat pengaruh** dengan nilai signifikansi 0,000 diartikan **signifikan** dan hipotesis kedua **diterima** serta menjelaskan bahwa teori traditional word-of-mouth yang digunakan masih relevan dan adanya *electronic word of mouth* terbukti efektif.

4.2. Saran

1. Untuk *marketing communication* dari brand Sariayu disarankan untuk lebih intens dalam melakukan kegiatan *endorsement* dan lebih aktif di media sosial TikTok dengan mengiktui *trend digital* seperti memaksimalkan fitur yang ada di media sosial TikTok dikarenakan masih terdapat minoritas responden yang menilai bahwa konten dari produk Sariayu kurang informatif. Selain itu, lebih meningkatkan *celebrity endorser* yang mempromosikan dikarenakan berdasarkan hasil temuan *celebrity endorser* mempengaruhi minat beli konsumen dan untuk konsumen sendiri diharapkan sadar akan perannya dalam meningkatkan minat beli produk Sariayu dikarenakan *celebrity endorser* dan *electronic word-of-mouth* (E-WOM) di TikTok telah berpengaruh.

2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan dapat menggunakan populasi yang berbeda seperti perempuan saja atau laki-laki saja, lalu menggunakan teori lain selain teori respon kognitif dan teori tradisional *word of mouth*, lalu pemilihan variabel lain seperti *influencer marketing*, *brand awareness*, *social media influencer*, lalu pemilihan platform social media yang akan diteliti misalnya instagram, twitter, dan lain sebagainya agar penelitian lebih berkembang.