

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, 4 dari 12 hipotesis diterima dan 8 hipotesis lainnya tidak diterima adalah H2a, H2b, H3b, H6. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh secara positif antar variabel yang satu dengan variabel yang lain akan dijabarkan seperti dibawah ini:

1. keahlian (*Expertise*) yang dimiliki selebgram *endorse* berpengaruh secara positif terhadap sikap merek (*brand attitude*) dan daya tarik produk (*product attractiveness*). Dari hasil penelitian, selebgram *endorse* di *store* Lookatme Clothes Purwokerto dapat tetap meningkatkan kemampuan atau keahliannya dalam mempromosikan barang di *social commerce* Instagram sehingga mempengaruhi minat pelanggan untuk membeli dari setiap produk yang di *endorse*.
2. Kepercayaan (*Trustworthiness*) yang dimiliki selebgram *endorse* berpengaruh secara positif terhadap sikap merek (*brand attitude*). Dari hasil penelitian, selebgram *endorse* di *store* Lookatme Clothes Purwokerto dapat tetap meningkatkan kepercayaan dalam mempromosikan barang di *social commerce* Instagram sehingga mempengaruhi minat beli pelanggan.
3. Sikap merek (*Brand Attitude*) berpengaruh secara positif terhadap niat beli impulsif (*Impulsive Buying Intentions*) konsumen. Dari hasil penelitian, *store* Lookatme Clothes Purwokerto dapat tetap meningkatkan promosi produk dengan baik sehingga memberi kesan yang baik juga terhadap pelanggan sehingga memicu keinginan atau minat untuk membeli produk.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel satu dengan variabel lainnya.
2. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian bukan hanya tentang pengaruh selebgram *endorse* pada penjualan *brand fashion* namun dapat melakukan penelitian pada *brand* lainnya misalnya *brand beauty*.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti pada lingkup yang lebih luas dengan menggunakan media sosial lain.