BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh daya tarik konten dan kualitas informasi terhadap minat beli konsumen pada media sosial berbasis video pendek, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Varibel daya tarik konten berpengaruh positif dan signfikan terhadap minat beli konsumen pada media sosial berbasis video pendek. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin menarik tampilan visual, kreativitas konten, kemampuan menarik perhatian, serta kenyamanan saat menonton video pemasaran, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang dipromosikan melalui TikTok dan Instagram Reels.
2. Variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada media sosial berbasis video pendek. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang jelas,lengkap, akurat, dan relevan dalam video pemasaran mampu meningkatkan serta keyakinan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
3. Variabel daya tarik konten dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada media sosial berbasis video pendek. Hasil pengujian menunjukkan bahwa minat beli konsumen terbentuk melalui integrasi harmonis antara sajian konten yang menarik dan informasi yang berkualitas. Kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mempu menjelaskan variasi minat beli sebesar 33,7% berdasarkan nilai *Adjusted R Square*, sedangkan

sisanya sebesar 66,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar lingkup penelitian ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui TikTok dan Instagram Reels perlu memperhatikan kualitas tampilan konten sekaligus kualitas informasi yang disampaikan agar mempu meningkatkan minat beli konsumen, khususnya pada kelompok usia muda di Kota Padang.

5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha dan pemasar digital, disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas konten video pemasaran yang diunggah pada TikTok dan Instagram Reels. Konten yang kreatif, menarik secara visual, dan nyaman ditonton dapat meningkatkan perhatian serta ketertarikan konsumen terhadap produk.
2. Pelaku usaha juga perlu menyampaikan informasi produk secara jelas, lengkap, dan relevan agar konsumen lebih mudah memahami manfaat produk yang ditawarkan. Informasi yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong terbentuknya minat beli.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, seperti kepercayaan, *electronic word of mount*,

harga, citra merek, maupun pengaruh *influencer* sehingga hasil penelitian dapat memberikan penjelasan yang lebih luas.

4. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jumlah responden dan wilayah peneltian agar hasil penelitian memilliki tingkat generalisasi yang lebih baik terhadap perilaku konsumen media sosial di berbagai daerah.