BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Social Media Marketing Activities* (SMMA) terhadap *brand loyalty* pada konsumen produk Skincare Glad2glow di Tiktok (Studi Kasus pada Konsumen Produk Skincare Glad2Glow di Kota Madiun), maka dapat disimpulkan:

1. Secara parsial variabel *Entertainment* (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis pertama diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Entertainment* maka *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial variabel *Interaction* (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis kedua diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Interaction* maka *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
3. secara parsial variabel *Trendiness* (X_3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis ketiga diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Trendiness* maka *brand loyalty*

pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.

4. Secara parsial variabel *Customization* (X_4) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis keempat diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Customization* maka *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
5. Secara parsial variabel *Electric Word of Mouth (e-WOM)* (X_5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis kelima diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Electric Word of Mouth (e-WOM)* maka *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.
6. Secara simultan *Social Media Marketing Activities* (SMMA) (*Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Electric Word of Mouth (e-WOM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun, sehingga **hipotesis keenam diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Electric Word of Mouth (e-WOM)* maka *brand loyalty* pada konsumen Produk Skincare Glad2glow di Tiktok di Kota Madiun juga meningkat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan/*Brand*
   a. Hendaknya meningkatkan Variasi Konten Edukatif dan Tren: Berdasarkan temuan penelitian, aktivitas *Social Media Marketing* (SMMA) memiliki pengaruh penting. Perusahaan disarankan untuk terus konsisten membuat konten edukasi yang memadukan *skincare education* dengan tren terkini di TikTok.
   b. Hendaknya memaksimalkan penggunaan fitur siaran langsung (TikTok Live). Di area dengan antusiasme tinggi seperti Kota Madiun, mengadakan sesi interaktif rutin yang menawarkan promo khusus atau sesi *Q&A* masalah kulit dapat secara langsung meningkatkan loyalitas.
   c. Hendaknya perusahaan dapat menjalin kerja sama dengan kreator konten kecantikan skala lokal (Kota Madiun). Hal ini akan menciptakan *brand engagement* dan kedekatan emosional yang lebih kuat.
2. Bagi Konsumen/Pengguna
   a. Hendaknya untuk lebih teliti dan bijak dalam merespons konten promosi media sosial. Pastikan untuk memahami jenis dan kondisi kulit masing-masing sebelum memutuskan untuk membeli produk.
   b. Hendaknya memanfaatkan fitur komentar dan interaksi saat kreator/brand melakukan siaran langsung guna mengetahui cara pakai (seperti produk eksfoliasi yang tepat) sehingga hasil yang didapat maksimal.