

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti mengemukakan dan menguraikan semua data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Ada pengaruh yang positif dari komunikasi persuasif Suhay Salim terhadap keputusan pembelian *skincare* Safi pada Mahasiswi Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis memberikan saran atau masukan:

1. Untuk semua masyarakat sebaiknya menonton vlog Suhay Salim di Youtube, karena Suhay vlog *skincare* Safi Suhay Salim yang informatif dengan narasi jelas dan mudah dimengerti serta *to the point* sangat membantu masyarakat mendapatkan *review* tentang produk *skincare* Safi secara gratis. Jika dilihat dari kualitas vlog *skincare* Safi Suhay Salim yang ada dapat memenuhi kebutuhan yang dicari oleh responden (mahasiswi).
2. Kepada Suhay Salim untuk mampu mempertahankan kredibilitas dan *review* yang jujur dalam sebuah produk seperti vlog *skincare* Safi. Untuk di zaman sekarang ini sedikit sekali *beauty vlogger* yang memiliki kredibilitas dan memberikan *review* jujur sebuah produk apalagi produk yang di-*endorse*.

3. Kepada peneliti selanjutnya, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan masih terbatas hanya pada mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang saja, sehingga peneliti mengharapkan adanya penelitian yang mengembangkan permasalahan ini, dilihat dari aspek yang lebih luas lagi dan melakukan penelitian yang serupa dengan lokasi yang berbeda atau bahkan lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muhith dan Sandu Siyoto. *Aplikasi Komunikasi Terapeutik Nursing & Health*. Yogyakarta: Andi Offset. 2018).
- Andy Dwijayanto dan Herlina Kartika. *Wipro Unza bakal produksi brand Safi di Indonesia*. Diakses dari <https://industri.kontan.co.id/news/wipro-unza-bakal-produksi-brand-safi-di-indonesia> pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.23 WIB.
- Anis Hamidati. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi BPC Yogyakarta. 2011.
- A. Muri Yusuf. *Metode Penelitian*. Jakarta. Prenamedia Group. 2016.
- Apriadi Tamburaka. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2013.
- A.W. Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Palembang: UIN Raden Fatah. 2015.
- Danang Sunyoto. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service. 2018.
- Daryanto dan Mulio Rahardjo. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media. 2016.
- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi: Surat Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2017.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Cet. ke-2 Edisi Ke-3*. Jakarta: Balai Pustaka. 2002.
- Elizabeth Novi. *Berawal dari "Make Up" dan "Skin Care"*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/elizabethnoviastuti/5aa17cdadd0fa84a6c6aec82/berawal-dari-makeup-dan-skin-care> pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 21.51 WIB
- Engelina D Y BR P. *Pengaruh Terpaan Vidioblog Make Up Tutorial Pada Media Youtube Terhadap Tindakan Membeli Produk Kecantikan Mahasiswi Ilmu Politik FISIP USU (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Vidioblog Make Up Tutorial Pada Media Youtube Terhadap Keputusan Membeli Produk Kecantikan Mahasiswi Ilmu*

- Politik FISIP USU*). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi/*Public Relations*. Universitas Sumatera Utara: 2018.
- Erina. *Efek Program Monthly Favorites Dalam Akun Youtube Suhay Salim Terhadap Perilaku Konsumtif Fanbase Tersuhaylah (Survei Pada Grup Line Fanbase Tersuhaylah)*. Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: 2018.
- Handoko. *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE. 2008.
- Jalaluddin Rakhmat. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2011.
- Jubilee Enterprise. *Seri Penentuan Praktis Membuat Sendiri Video di Youtube.com*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008.
- Kustin Ayu Wuragil. *YouTube Jadi Aplikasi Media Paling Populer di Indonesia*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/> pada tanggal 23 Oktober 2018 pada pukul 13.34 WIB.
- Laksamana Media. *Youtube dan Google Video; Membuat, Mengedit dan Upload Video*. Yogyakarta: MediaKom. 2009.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenadamedia Group 2012.
- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group. 2010.
- M. Taufiq Amir. *Dinamika Pemasaran: Jelajah dan Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2005.
- Nawiroh Vera. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2016.
- Niken Purnamasari. *Tentang Vlog, Tren Kekinian yang Sedang Menjamur*. Diakses dari <https://m.detik.com/news/berita/3549754/tentang-vlog-tren-kekinian-yang-sedang-menjamur> tanggal 26 Januari 2018 pada pukul 00.08 WIB.
- Nisita Widianti. *Peluncuran Perdana Skincare Halal*. Diakses dari <https://www.google.com/amp/s/journal.sociolla.com/beauty/whats-new-beauty/peluncuran-perdana-safi-skin-care-halal/amp/> pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.53 WIB.

- Official Moeslema Team. *Ini Dia Varian Produk Safi yang Paling Banyak Digemari*. Diakses dari <https://moeslema.com/6027> pada tanggal 22 Febuari 2019 pukul 00.23 WIB.
- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek Cet. Ke-28*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2017.
- Onong Uchjana Effendy. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju. 1989.
- Reska K. Nistanto. *Ini 10 Jenis Video YouTube Paling Diminati di Indonesia*. Diakses dari Kompas.com <http://internasional.kompas.com> pada tanggal 24 Oktober 2018, pada pukul 17.45 WIB.
- Riduan. *Dasar-dasar Statistik*. Bandung. Alfabeta. 2014.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2015.
- Safi Indonesia. *Memilih Skincare Halal Dengan Teknologi Mutakhir*. Diakses dari <https://www.safiindonesia.com/article/read/memilih-skincare-halal-dengan-teknologi-mutakhir> pada tanggal 21 Febuari 2019 pukul 23.26 WIB.
- Saviq Bachdar. *The Power Of Vlogger: Seberapa Efektif bagi Brand?*. Diakses dari <https://marketers.com/> pada tanggal 24 Oktober 2018 pukul 22.08 WIB.
- Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah. Diakses dari <http://febi.radenfatah.ac.id/index.php?page=halaman&kode=3> pada tanggal 11 Febuari 2019 pukul 23.54 WIB.
- Soleh Soemirat dan Asep Suryana. *Komunikasi Persuasif Cetakan keenam*. Banten: Universitas Terbuka. 2014.
- Suharno dan Retnoningsih. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Semarang: Widya Karya. 2006.
- Suhay Salim. Diakses dari <https://www.youtube.com/user/suhay12> pada tanggal 2 Mei 2019 pada pukul 11.52 WIB.
- Suhay Salim Blog. Diakses dari <http://suhaysalim.blogspot.com/> pada tanggal tanggal 21 Febuari 2019 pukul 15.36 WIB.

- Suhay Salim Instagram. Diakses dari <https://www.instagram.com/suhaysalim>. pada tanggal 21 Februari 2019 pukul 15.28 WIB.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Syofian Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia. 2013.
- Tim Redaksi. Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia. Diakses dari <https://m.katadata.co.id/infografik/2019/03/06/youtube-medsos-no-1-di-indonesia> pada tanggal 15 Mei 2019 pukul 16.20 WIB.
- Tirto. *Fesyen Gen Z: Minggir Seleb Teve, Selebgram Panutan Kami*. Diakses dari <https://tirto.id/> pada tanggal 24 Oktober 2018 pada pukul 18.35 WIB.
- Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah. Diakses dari <http://febi.radenfatah.ac.id/index.php?page=halaman&kode=2> pada tanggal 12 Februari 2019 pukul 00.20 WIB.
- Yoselvin Christine Gozali. *Konten Review Product Beauty Vlogger Dan Minat Beli Mahasiswi (Studi Korelasional Pengaruh Konten Review Product Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Mahasiswi FISIP USU)*. Skripsi (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi/Jurnalistik. Universitas Sumatera Utara: 2018.
- Yuliandi Kusuma. *Beken Dengan V.Online: Membangun Stasiun Tv Internet dengan Vlog, Mendayagunakan Layanan Hosting Video, Membuat Acara Pribadi dengan Lifecasting* Jakarta: Grasindo. 2010.

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Mahasiswi Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang saat mengerjakan kuesioner.

