

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada data penelitian dan pembahasan yang telah dibahas dari bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Keputusan dalam pembelian Skintific di Tiktok *Shop* dipengaruhi oleh *online customer review* secara positif dan signifikan.
2. Keputusan dalam pembelian Skintific di Tiktok *Shop* dipengaruhi oleh *brand image* secara positif dan signifikan.
3. Keputusan dalam pembelian Skintific di Tiktok *Shop* dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen secara positif dan signifikan.
4. *Online Customer Review*, *Brand Image Review* dan Kepercayaan Konsumen secara simultan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Skintific di Tiktok *Shop*.

5.2 Saran

1. Bagi Skintific

Berdasarkan hasil penelitian, *online customer review*, *brand image*, dan kepercayaan konsumen memiliki dampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian Skintific moisturizer ceramide. Oleh sebab itu, disarankan agar Skintific menjaga dan terus meningkatkan *online customer review*, *brand image*, dan kepercayaan konsumen untuk mendapatkan lebih banyak perhatian konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menggunakan variabel independen lain dan pendekatan terbaru untuk menghasilkan hasil yang lebih signifikan dan memperluas penelitian ini secara lebih luas.