

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian serta analisis data yang dilakukan, maka dapat disimpulkan :

1. *Content marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk The originote pada Tiktok *Shop* di Kota Batam
2. *Online customer review* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk The originote pada Tiktok *Shop* di Kota Batam.
3. *Cash on delivery* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk The originote pada Tiktok *Shop* di Kota Batam
4. *Content marketing, online customer review, cash on delivery* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk The originote pada Tiktok *Shop* di Kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diatas, peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Diharapkan The originote mampu menyediakan konten-konten yang menarik, jelas serta bermanfaat sehingga dapat memberikan tambahan informasi bagi konsumen sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

2. The originote mengharapkan adanya ulasan baik melalui komentar dari konsumen sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk.
3. The Originote berharap konsumen mendapatkan kepercayaan dengan melakukan pembelian yang permbayarannya dilakukan secara tunai sehingga dapat dengan yakin melakukan keputusan pembelian produk.
4. Diharapkan adanya pertimbangan variabel atau faktor-faktor lain yang mungkin memberikan pengaruh terhadap Keputusan pembelian kepada penelitian selanjutnya.
5. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan terkhusus manajemen pemasaran dalam hal *content marketing, online customer review, dan cash on delivery.*