

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah pengujian dilakukan maka dapat ditarik simpulan, yakni sebagai berikut:

1. Variabel *Viral Marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* The Originote pada gen z women dikota Batam.
2. Variabel *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* The Originote pada gen z women dikota Batam.
3. Variabel *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* The Originote pada gen z women dikota Batam.
4. Pada hasil uji koefisien determinasi Keputusan Pembelian dapat dijelaskan atau dapat dipengaruhi oleh variabel *Viral Marketing*, *Celebrity Endorsement* dan *brand image* sebanyak 70,6% dan sisanya sebanyak 29,4% dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas atau diteliti pada penelitian kali ini.

5.2 Saran

Berikut ialah beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan dari hasil penelitian yang sudah dibahas pada bab sebelumnya, yakni:

1. Setelah dilaksanakan penelitian dengan menggunakan variabel serta indikator yang tepat untuk menilai keputusan pembelian produk *skincare*

pada gen z *women* dikota Batam tersebut, diharapkan bagi perusahaan The Originote untuk memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen terkhusus nya pada konsumen gen z *women*. Faktor utama ialah mengenai strategi *viral marketing* yang masih harus ditingkatkan lagi melihat dari hasil penelitian ini yang masih belum berpengaruh positif dan signifikan, disarankan untuk The Originote dalam melakukan strategi *viral marketing* dapat dikembangkan melalui konten-konten yang dibuat menjadi lebih menarik sehingga dapat mencapai FYP agar semakin banyak audiens yang melihat. Faktor lainnya brand The Originote dapat terus mengembangkan strategi celebrity endorsement dan brand image agar lebih baik lagi, karena 2 faktor ini memiliki pengaruh positif yang signifikan pada penelitian ini.

2. Diharapkan penelitian yang telah disusun ini mampu dijadikan sebagai suatu sumber, dasar dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel atau indikator yang baru yang tetap berhubungan dengan keputusan pembelian yang tidak dibahas pada penelitian ini.
3. Diharapkan penelitian yang telah disusun mampu membantu menambah informasi-informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan serta dapat membantu para pembaca untuk memahami tentang keputusan pembelian suatu produk atau jasa.