

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dengan mempertimbangkan seluruh hasil dan juga pembahasan yang telah diuraikan, maka simpulan-simpulan berikut dapat diidentifikasi:

1. *Endorsement influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di TikTok *Shop* sebesar 30,1%.
2. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di TikTok *Shop* sebesar 18,3%.
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di TikTok *Shop* sebesar 26,9%.
4. *Endorsement influencer*, *online customer review*, dan persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Skintific di TikTok *Shop* sebesar 77,5%.

5.2 Saran

Dengan merujuk pada temuan akhir, sejumlah saran tindak lanjut akan dapat disusun sebagaimana uraian berikut:

1. Pihak Skintific sebaiknya merancang strategi *endorsement* secara lebih terarah dengan menggandeng *influencer* yang tidak hanya populer, tetapi juga memiliki citra yang sejalan dengan identitas merek dan juga karakteristik target pasar. Selain itu, Skintific perlu mempertimbangkan untuk memilih *influencer* yang benar-benar menggunakan produk mereka agar promosi terasa lebih natural dan meyakinkan. *Influencer* yang memiliki hubungan emosional yang kuat dengan

pengikutnya akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Pihak Skintific sebaiknya mendorong para konsumen untuk memberikan *online customer review* secara aktif setelah pembelian, baik dalam bentuk teks, foto, maupun video. Selain itu, Skintific perlu secara aktif memantau dan merespons ulasan pelanggan, khususnya komentar yang negatif, sebagai bentuk kepedulian terhadap konsumen. *Online customer review* yang bersifat jujur, informatif, dan menggambarkan pengalaman penggunaan secara langsung akan memberikan pengaruh besar terhadap calon para konsumen lain dalam membuat keputusan pembelian.
3. Pihak Skintific sebaiknya secara konsisten menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar persepsi para konsumen terhadap merek tetap positif. Untuk membangun persepsi kualitas yang kuat, Skintific perlu menyertakan informasi produk yang lengkap dan juga mudah dipahami, seperti sertifikasi, bahan aktif, manfaat produk, serta dengan keamanan penggunaan. Visual produk juga harus ditampilkan dengan secara profesional agar mencerminkan kualitas premium. Semakin detail dan meyakinkan informasi yang disampaikan, semakin besar pula keyakinan konsumen terhadap keputusan pembelian.
4. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup kajian dengan mengintegrasikan lebih banyak variabel independen, guna memperoleh suatu pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap determinan yang memengaruhi keputusan pembelian. Di samping itu, peningkatan jumlah para responden juga sangat dianjurkan agar hasil dari penelitian memiliki daya dalam memberikan

kedalaman analisis terhadap dinamika perilaku konsumen. Dengan pendekatan tersebut, studi lanjutan diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih beragam dan memiliki kontribusi ilmiah yang lebih signifikan.