

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang berasal dari pengujian menggunakan PLS untuk menguji pengaruh Persepsi Kualitas dan *Review Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian , maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi Kualitas memberi kontribusi terhadap minat beli pada produk dari *brand* Buttonsscarves, artinya semakin tinggi kualitas yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap suatu produk, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi Kualitas memiliki kontribusi terhadap minat beli.
2. *Review Influencer* memberikan kontribusi terhadap minat beli pada produk dari *brand* Buttonsscarves, artinya semakin banyak dan menarik dari konten yang dibuat oleh Influencer maka akan semakin banyak pelanggan yang tertarik untuk melakukan minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa *Review Influencer* memiliki kontribusi terhadap minat beli.

#### 5.2 Saran

Sebagai implikasi hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan sebagai bahan pengambilan keputusan yaitu dengan adanya persepsi kualitas dapat diharapkan perusahaan akan memberikan kualitas kemasan yang terbaik pada produknya agar bisa menarik para

pembeli dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang, diharapkan perusahaan mempromosikan pada orang lain untuk meingkatkan minat beli, diharapkan perusahaan juga memperhatikan kredibilitas influencer untuk mempromosikan bisni yang dimiliki, diharapkan pada penelitian kedepannya lebih memperhatikan strategy marketing dan ewom yang akan mempengaruhi minat beli