

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang berasal dari pengujian menggunakan analisis Partial Least Square untuk menguji pengaruh *influencer marketing* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Influencer marketing* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Broman pada aplikasi Tiktok di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas *influencer marketing* dalam mempromosikan suatu merek dan menghasilkan rasa kagum dalam benak konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian dari para konsumen.
2. *Online customer review* memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Broman pada aplikasi Tiktok di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik dan berkualitas ulasan dari konsumen yang telah menggunakan produk, maka akan meningkatkan keputusan pembelian dari para konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan implikasi hasil penelitian yang telah dipaparkan, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dapat dipergunakan sebagai bahan pengambilan keputusan ialah sebagai berikut :

1. *Influencer marketing* yang dilakukan oleh Broman sebagai strategi pemasaran berhasil menarik perhatian masyarakat terkhusus pada aplikasi Tiktok, diharapkan perusahaan perlu memprioritaskan kerja sama dengan influencer yang memiliki integritas personal dan latar belakang profesional yang kuat. Strategi ini akan lebih efektif dalam membangun kepercayaan audiens, memperkuat citra merek, dan mendorong keputusan pembelian secara lebih berkelanjutan.
2. *Online customer review* menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan pembelian online terkhusus di aplikasi Tiktok. Disarankan kepada perusahaan untuk mendorong pelanggan memberikan ulasan yang informatif, terstruktur, dan berdasarkan pengalaman nyata. Hal ini dapat difasilitasi melalui penyediaan formulir review dengan panduan yang mendorong konsumen menyampaikan kelebihan, kekurangan, serta alasan mereka dalam menggunakan produk. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya memberikan *highlight* di platform Tiktok, misalnya melalui fitur video testimoni atau highlight komentar terbaik. Langkah ini tidak hanya membantu konsumen baru dalam mengambil keputusan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan citra positif terhadap produk.
3. Penelitian selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain atau variabel yang belum ditampilkan dalam penelitian ini seperti *content marketing* dan *live shopping*.