BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Mengacu dari hasil pengujian analisis PLS mengenai Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Maybelline* pada Mahasiswa di Surabaya, berikut adalah kesimpulan yang dapat ditarik:

1. *Digital marketing* memberikan kontribusi secara signifikan ke arah positif terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Maybelline*. Semakin menarik konten dan efektif pada *digital marketing* mampu untuk menarik keputusan pembelian para calon konsumen. Ini menunjukkan bahwa pemasaran digital berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian.
2. Kualitas Produk memberikan kontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Maybelline*. Sehingga ketika kualitas produk naik maka tingkat dari keputusan pembelian mengikuti. Ini menunjukkan kualitas produk berkontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Online customer review* memberikan kontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik *Maybelline*. Semakin positif *online customer review* yang diberikan oleh para konsumen dapat menarik calon konsumen dalam memutuskan pembelian produk. Hal ini menunjukkan *online customer review* berkontribusi dalam mendorong keputusan pembelian.

5.2 SARAN

Mengacu pada hasil pengujian dan hasil penarikan dari kesimpulan, dapat diajukan saran yang diharapkan dapat menjadi sebuah pertimbangan untuk memberikan sebuah kontribusi dalam melakukan sebuah keputusan, antara lain:

1. Penting bagi *Maybelline* untuk mengoptimalkan *digital marketing* dan memanfaatkan media sosial dengan baik sehingga mampu meningkatkan pemasaran yang efektif, meningkatkan *engagement* sosial media dan mampu menjangkau target yang lebih luas.

2. Penting bagi *Maybelline* untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk saat ini. Kualitas produk yang kompetitif menjadikan suatu produk sulit untuk ditiru dan menjadi pembeda utama suatu merek. Produk yang berkualitas juga mampu membangun *brand image* yang positif dan memiliki loyalitas pelanggan.

3. Disarankan bagi *Maybelline* untuk menjaga dan memperhatikan *online customer review* yang diberikan oleh para konsumennya. Dari ulasan yang diberikan tersebut dapat menjadi insight perusahaan untuk berinovasi produk baru dan jika terdapat ulasan negatif, perusahaan dapat menawarkan solusi dalam memperbaiki masalah. Ini menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan pengalaman pelanggan yang telah membeli produknya.