

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan pengolahan data menggunakan analisis PLS, simpulannya:

1. *Online customer review* memiliki kontribusi pada keputusan pembelian produk Skintific di Shopee. Dengan banyaknya penilaian positif pelanggan yang sudah membeli serta menggunakan produk Skintific, hal tersebut mampu menstimulasi pelanggan lain dalam mengumpulkan keputusan pembelian terhadap produk tersebut di Shopee.
2. *Live streaming* memiliki kontribusi pada keputusan pembelian produk Skintific di Shopee. Penawaran produk secara interaktif lewat *live streaming* dapat meningkatkan ketertarikan serta mendorong pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berlandaskan studi ini, maka saran yang mampu dipertimbangkan:

1. *Online customer review* yang dilakukan Skintific sudah baik. Diharapkan Skintific dapat terus mempertahankan kualitas ulasan yang sudah ada dan berupaya untuk meningkatkan jumlah ulasan dengan mendorong konsumen memberikan ulasan yang kredibel dan berkualitas.
2. *Live streaming* yang diterapkan oleh Skintific dinilai sudah baik, khususnya pada aspek komunikasi antara *streamer* dan penonton. Diharapkan Skintific dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas interaksi tersebut

agar semakin memperkuat kontribusinya terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Mengingat ruang lingkup variabel dalam penelitian ini masih terbatas serta fokus hanya pada satu merek dan *platform e-commerce* tertentu, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain seperti *brand trust* atau *perceived value*. Upaya ini diharapkan dapat memperluas cakupan temuan dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di berbagai konteks serupa.