

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan analisis PLS untuk mengukur dampak *Online Customer Review* dan *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian *Skincare Daviena* lewat platform TikTok, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Influencer marketing* memberikan pengaruh yang bermakna dalam keputusan pembelian produk Daviena Skincare di platform TikTok. Kehadiran influencer yang aktif membahas dan merekomendasikan produk mampu membentuk persepsi positif konsumen serta menarik perhatian mereka terhadap produk yang ditawarkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa semakin populer dan kredibel seorang influencer dalam menyampaikan ulasan atau review, semakin besar juga konsumen terdorong untuk membeli produk Daviena. Popularitas dan daya tarik influencer menjadi faktor terpenting untuk meningkatkan minat beli serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk Daviena.
2. *Online customer review* memiliki kontribusi dalam pengambilan keputusan untuk pembelian produk Daviena skincare di Aplikasi TikTok. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak penilaian positif dari para konsumen yang telah menggunakan produk, secara tidak langsung meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk.
3. *Brand image* memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian produk Daviena skincare pada Aplikasi TikTok. Hal tersebut menunjukan bahwa

semakin positif Brand image Daviena sebagai produk perawatan kulit yang aman, berkualitas, dan terpercaya, maka akan meningkatkan keputusan pembelian dari para konsumen.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil dari analisis variabel *influencer marketing*, disarankan agar Daviena Skincare tetap menerapkan strategi pemasaran melalui influencer dengan memilih influencer yang memiliki tingkat popularitas tinggi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil analisis variabel *online customer review*, Daviena Skincare diharapkan terus menjaga serta meningkatkan ulasan positif dari konsumen untuk memperkuat citra dan membangun kepercayaan terhadap produk. Apabila muncul ulasan negatif, perusahaan disarankan untuk memberikan tanggapan yang cepat, profesional, dan solutif agar tidak memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Berdasarkan hasil analisis variabel *Brand image*, Daviena Skincare diharapkan terus menjaga kualitas *Brand image* yang bagus untuk membangun kepercayaan terhadap produk. Apabila muncul *image* yang buruk perusahaan disarankan untuk memberikan tanggapan yang cepat, profesional, dan solutif agar tidak mempengaruhi keputusan konsumen.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan studi ini dengan menambahkan variabel lain yang relevan, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih luas tentang faktor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian skincare Daviena di TikTok.