

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa Digital Marketing tidak berpengaruh signifikan, sedangkan *Influencer* dan Online Customer Review berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Simpulan tersebut ditunjukkan dari temuan-temuan hasil analisis sebagai berikut :

1. Digital Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop.
2. *Influencer* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop.
3. Online Customer Review mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk kecantikan Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa data secara kualitatif dan kuantitatif terdapat beberapa hal yang perlu direkomendasikan kepada Bening's Skincare di Platform Tiktok Shop dalam rangka peningkatan Keputusan Pembelian agar lebih baik dari keadaan saat ini antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan baru mengenai masalah yang terkait dengan Digital Marketing, *Influencer* dan Online Customer Review serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang didapatkan dalam proses perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran serta masukan bagi perusahaan mengenai strategi pemasaran, serta bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan faktor Digital Marketing, *Influencer* dan

Online Customer Review sebagai faktor penunjang dalam menarik keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga tambahan referensi dikalangan akademik dalam melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.