

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis serta analisis data yang dilakukan “Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Love*, *Online Customer Review* dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote Pada Aplikasi TikTok Shop” maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk the originote pada aplikasi TikTok Shop.
2. *Brand Love* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk the originote pada aplikasi TikTok Shop.
3. *Online Customer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk the originote pada aplikasi TikTok Shop.
4. Varian Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk the originote pada aplikasi TikTok Shop.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan kesimpulan, maka penulis dapat memberikan saran kepada perusahaan *beauty brand* The Originote maupun kepada peneliti selanjutnya, berikut saran yang peneliti berikan :

### **5.2.1 Bagi Perusahaan The Originote**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan dari nilai frekuensi terendah pada variabel kualitas produk adalah kinerja, disarankan kepada The Originote untuk meningkatkan efektivitas produk dalam mencerahkan serta merawat kulit, nilai frekuensi terendah pada variabel *brand love* terdapat pada indikator *positive emotional connection*, disarankan kepada The Originote untuk mendekatkan brand-nya kepada konsumen dan meningkatkan positif emosional konsumen terhadap brand, nilai frekuensi terendah pada variabel online customer review terdapat pada indikator *volume of review* yang artinya The Originote disarankan untuk lebih meningkatkan jumlah *review* online agar dapat memenuhi informasi yang dicari oleh konsumen dan nilai frekuensi terendah pada variabel varian produk terdapat pada indikator ketersediaan produk, disarankan untuk brand The Originote untuk meningkat jumlah produksi agar tidak terjadi *out stock* pada barang yang diinginkan oleh konsumen.

### **5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat meningkatkan serta mengembangkan penelitian maka peneliti menyarankan untuk peneliti mendatang agar melakukan analisis menggunakan variabel lain seperti *electronic word of mouth*, *brand image* atau variabel *celebrity endorsement* yang hasil dominannya akan mempengaruhi keputusan pembelian The Originote.