

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 15 informan yang merupakan pengguna produk Skintific dan aktif di TikTok, dapat diuraikan beberapa Kesimpulan, yaitu :

1. Peran *Celebrity endorsement* dalam *review* produk Skintific di TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perhatian dan minat beli Generasi Z di Bekasi. *Celebrity* yang dianggap kredibel, memiliki daya tarik, dan dianggap memiliki pengetahuan tentang *skincare* dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen terhadap produk yang dipromosikan, serta mampu menciptakan *awareness* dan ketertarikan terhadap produk Skintific. Generasi Z semakin kritis terhadap *endorsement* dan lebih percaya pada *endorsement* yang relevan dan autentik.
2. *Review* produk TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada Generasi Z di Bekasi, dan berperan penting dalam penyebaran informasi dan promosi produk Skintific. *Review* yang detail, jujur, dan dilengkapi bukti visual lebih dipercaya oleh konsumen. Format video yang singkat, kreatif, dan mudah dibagikan memungkinkan *review* produk dengan *celebrity endorsement* menjangkau audiens yang luas, khususnya Generasi Z. Algoritma TikTok juga mendukung penyebaran konten *review* sehingga mudah ditemukan oleh pengguna.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa limitasi yang disadari oleh peneliti, antara lain :

1. Jumlah informan dalam penelitian ini terbatas, yaitu hanya 15 informan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh *celebrity endorsement* dalam *review* produk Skintific di TikTok terhadap keputusan pembelian. Faktor-faktor yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian seperti pengaruh teman sebaya, *review* dari *influencer* atau *non-celebrity*, atau strategi pemasaran lainnya yang tidak diteliti secara mendalam.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di satu wilayah, yaitu Bekasi, sehingga konteks geografis dan demografis Bekasi dapat mempengaruhi temuan penelitian.

5.3 Saran

Sehubungan kesimpulan dan keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini, diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Saran bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambah jumlah partisipan, menggunakan metode pengumpulan data yang lebih variatif, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dan

memperluas lokasi penelitian agar menghasilkan gambaran yang lebih menyeluruh.

2. Saran bagi pihak Skintific

- Pihak Skintific perlu meningkatkan lagi TikTok dan *celebrity endorsement* karena kesannya pura-pura, *me-review* positif hanya karena dibayar. Yang artinya *customer* terutama Generasi Z tidak percaya, dan Skintific harus lebih membangkitkan kepercayaan *customer* melalui *endorsement*
- Pihak Skintific harus memastikan bahwa *endorser* yang mereka gandeng benar-benar menggunakan dan menyukai produk Skintific. Konsumen, terutama Generasi Z sangat menghargai kejujuran dan transparansi
- Perhatikan komentar dan sentimen konsumen terhadap merek Skintific di TikTok dan gunakan informasi ini untuk memperbaiki produk, meningkatkan kualitas atau formula produk yang banyak di *review* negatif oleh konsumen, dan meningkatkan strategi pemasaran
- Pilihlah *endorser* yang memiliki *image* yang sesuai dengan nilai-nilai merek Skintific dan relevan dengan target audiens, dan *endorser* harus memiliki *followers* yang aktif dan tertarik pada produk kecantikan
- Beberapa *celebrity* tidak membuat *customer* yakin, sehingga *customer* membutuhkan *celebrity* yang meyakinkan

- *Celebrity* yang disukai itu adalah *celebrity* yang aktif berinteraksi dengan para *followers* nya, berarti carilah *endorsement celebrity* yang memiliki *followers* hidup dan dapat mempertahankan interaksi yang aktif dengan konsumen di TikTok, seperti membalas komentar, menjawab pertanyaan, atau membalas pesan dari *followers* secara cepat dan personal
- Selain menggandeng *celebrity* ternama, Skintific juga dapat memanfaatkan dan bekerja sama dengan *micro-influencer* yang memiliki *followers* pada segmen tertentu. *Micro-influencer* seringkali dianggap lebih autentik dan dapat dipercaya oleh konsumen Generasi Z
- Mendorong *micro-influencer* untuk memberikan ulasan dan testimoni yang jujur dan mendalam tentang produk Skintific
- Pihak Skintific diharapkan tetap mempertahankan promosi atau iklan melalui *celebrity* pada media sosial TikTok, karena memiliki akses yang efektif dan ringkas
- Mempertahankan dalam memanfaatkan musik dan efek yang sedang tren di TikTok untuk membuat konten yang lebih *engaging* dan menghibur
- Tetap mengeksplorasi berbagai format video pendek yang populer di TikTok, seperti *challenge*, tutorial, *storytelling*, *a day in my life*, *get ready with me* atau *behind the scenes*

- Tetap menggunakan visual yang berkualitas tinggi, kreatif, dan *eye-catching* untuk menarik perhatian pengguna TikTok
- Tetap mempertahankan konsep konten relevan dengan minat dan kebutuhan Generasi Z dan promosi dengan hasil *review*, cara pemakaian, tips rangkaian penggunaan *skincare*, pemakaian langsung, pemakaian *before-after* produk, menjelaskan kandungan pada produk, dan berbagi pengalaman pribadi mereka dengan produk Skintific
- Tetap mempertahankan interaksi langsung antara audiens dan pembuat konten

