

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab empat, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pengaruh *live streaming*, persepsi harga, dan *online customer review*, baik secara simultan maupun parsial. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan hal-hal berikut:

1. Variabel *Live Streaming* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *makeup* Wardah di Kota Bekasi Timur. Dengan demikian meskipun *live streaming* dapat menarik perhatian, kepercayaan terhadap streamer ternyata tidak berkontribusi signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Variabel Persepsi Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk *makeup* Wardah di Kota Bekasi Timur. Penelitian menunjukkan bahwa ketika konsumen menganggap harga suatu produk sesuai dengan nilai yang mereka terima, mereka lebih cenderung untuk melakukan pembelian.
3. Variabel *Online Customer Review* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk *makeup* Wardah di Kota Bekasi Timur. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap ulasan, jumlah ulasan, dan kualitas ulasan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Dilihat berdasarkan dari hasil analisis maka menunjukkan bahwa *Live Streaming*,
 4. Persepsi Harga, dan *Online Customer Review* secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk makeup Wardah di kota Bekasi Timur. Sehingga dari ketiga variabel independen dalam penelitian ini dapat menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran dan rekomendasi yang berguna untuk produk *makeup* Wardah.:

1. *Live Streaming* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *makeup* Wardah pada *platform* TikTok *shop*, oleh karena itu perusahaan Wardah perlu menggunakan cara lain untuk meningkatkan penjualan selain *live streaming*.
2. Saran dari peneliti untuk Wardah adalah untuk terus mempertahankan harga yang terjangkau serta tetap bisa menjaga kestabilan pasar dan meningkatkan penjualan produknya dari tahun ke tahun berikutnya,
3. Online Customer Review tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makeup Wardah pada *platform* TikTok *Shop*, oleh karena itu perusahaan Wardah diharapkan untuk memperbesar manfaat dari produk *makeup* Wardah dan meyakinkan konsumen agar tidak hanya membeli produk *makeup* Wardah di toko *offline*, tetapi juga melalui *e-commerce*. Hal ini dapat dilakukan dengan memastikan bahwa online customer review bersifat positif, sehingga konsumen tidak meragukan kualitas produk *makeup* Wardah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh hanya berasal dari instrumen kuesioner yang disebarakan secara online melalui *google*, berdasarkan persepsi jawaban dari responden.
2. Keterbatasan waktu dalam penelitian, membuat peneliti susah untuk msenyusun hasil data yang diperoleh.

