

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing*, Harga, dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific (Studi Kasus Pada Generasi Z Pengguna TikTok Shop di DKI Jakarta)” yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan alat uji aplikasi SmartPLS 4.0, pada variabel *influencer marketing* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Skintific. Dengan meningkatkan *influencer marketing* maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan seorang *influencer* memiliki daya tarik untuk membuat orang mengikuti rekomendasi produk yang digunakan. Sehingga dari hasil uji dan analisis dapat disimpulkan bahwa variabel *influencer marketing* sudah sejalan dengan hipotesis pada penelitian yang dianalisa peneliti yaitu adanya pengaruh *influencer marketing* terhadap keputusan pembelian produk Skintific.

Selanjutnya, variabel harga diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Skintific. Dengan menetapkan harga yang sesuai maka sejalan dengan keputusan pembelian akan meningkat juga. Hal ini dibuktikan dengan harga produk Skintific sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hasil analisis mengenai variabel harga sudah sejalan dengan hipotesis dalam penelitian ini yaitu adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Skintific.

Kemudian, variabel *live streaming* diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Skintific. Dengan meningkatkan *live streaming* maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Hal ini dibuktikan dengan *live streaming* membantu melihat dengan lebih jelas bagaimana produk Skintific digunakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil analisis mengenai variabel *live*

streaming sudah sejalan dengan hipotesis yang telah dianalisis pada penelitian ini yaitu adanya pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian produk Skintific.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti sudah mengikuti aturan pada pedoman dan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa masih terdapat indikasi keterbatasan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas yang diuji peneliti dalam penelitian ini masih terbatas yaitu hanya *influencer marketing*, harga, dan *live streaming*. Selain variabel yang diuji, terdapat variabel lain yang bisa peneliti selanjutnya gunakan dalam menjelaskan dan mempengaruhi keputusan pembelian produk Skintific.
2. Referensi teori dari buku fisik ataupun *ebook* mengenai variabel yang diuji pada penelitian ini yaitu terkait *influencer marketing* dan *live streaming* masih terbatas karena variabel tersebut tergolong baru.

5.3 Saran

1. Saran Teoritis

Diharapkan untuk peneliti yang akan melakukan penelitian berikutnya agar menambahkan variabel-variabel lain yang akan diuji selain variabel yang dipilih pada penelitian ini dimana diluar variabel *influencer marketing*, harga, dan *live streaming* yaitu seperti *online customer review*, *online customer rating*, dan *affiliate marketing* sehingga dapat mengetahui faktor lain yang mempunyai peluang dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk Skintific.

2. Saran Praktis

- a) Perusahaan Skintific seharusnya memperhatikan popularitas seorang *influencer* yang akan diajak kerja sama untuk mempromosikan produk di sosial media karena popularitas *influencer* menjadi faktor penting bagi calon pelanggan dalam memilih produk Skintific.

- b) Perusahaan Skintific seharusnya menetapkan harga produk sesuai harga pasar agar bisa bersaing dengan pesaing lainnya di industri yang sejenis sehingga harga produk Skintific lebih terjangkau.
- c) Perusahaan Skintific seharusnya melakukan *live streaming* dengan durasi yang lebih efektif dan efisien yaitu dengan mempertahankan durasi yang optimal antara 30 hingga 60 menit agar calon pelanggan yang menonton lebih nyaman dan tidak kehilangan minat untuk membeli.