

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data menggunakan SmartPLS 4.0, penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian, yaitu Social Media Marketing, Citra Merek, Diskon, dan Kualitas Produk, memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Sea Makeup di platform TikTok. Social Media Marketing terbukti mampu memengaruhi keputusan pembelian melalui strategi konten yang menarik, kolaborasi dengan influencer, serta interaksi aktif dengan konsumen. Citra Merek juga memberikan dampak signifikan, di mana persepsi positif terhadap merek Sea Makeup meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk. Selanjutnya, Diskon menjadi faktor pendorong yang kuat dalam pengambilan keputusan, karena potongan harga yang ditawarkan mampu menarik perhatian konsumen dan mendorong tindakan pembelian. Terakhir, Kualitas Produk memberikan pengaruh penting karena konsumen cenderung memilih produk yang memiliki performa baik, sesuai spesifikasi, dan memberikan kepuasan sesuai ekspektasi. Dengan demikian, keempat faktor tersebut secara simultan membentuk dasar pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk Sea Makeup melalui platform TikTok.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Salah satunya berkaitan dengan ketersediaan partisipasi responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang bergantung pada partisipasi sukarela dari responden. Hal ini berpotensi menimbulkan bias seleksi, di mana hanya individu yang bersedia dan memiliki waktu luang yang cenderung memberikan tanggapan. Meskipun demikian, peneliti telah berupaya untuk meminimalkan dampak keterbatasan ini dengan menyebarkan kuesioner secara luas dan memberikan informasi yang jelas mengenai tujuan serta manfaat penelitian guna mendorong tingkat partisipasi yang optimal.

### 5.3 Saran

Hasil penelitian ini merekomendasikan langkah-langkah berikut untuk memberikan manfaat kepada pihak yang berkepentingan:

1. Bagi Praktisi/Perusahaan:

- a. Meningkatkan Citra Merek untuk membangun kepercayaan dalam pembelian produk Sea Makeup.
- b. Memberikan Diskon untuk meningkatkan keinginan konsumen dalam membeli produk Sea Makeup.
- c. Memastikan kualitas produk dengan mempertimbangkan aspek kesesuaian penggunaan, pemenuhan standar, dan ketiadaan variasi pada produk Sea Makeup.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya menggali secara mendalam hubungan antara Citra Merek, Diskon, dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang variabel-variabel lain yang memengaruhi Keputusan Pembelian produk Sea Makeup, tidak hanya terbatas pada ketiga variabel yang dibahas dalam penelitian ini.