

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Konten video promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Bella di media sosial Tiktok Shop. Artinya konten video promosi yang di buat pada halaman Tiktok sangat penting karena dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan produk yang sesuai atau *real picture*, karena dapat di buktikan mampu meningkatkan penjualan online. Alasan utama dalam menggunakan video promosi karena sangat efektif dan menjangkau konsumen lebih luas.
2. Peran *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Bella di media sosial Tiktok Shop. Artinya peran *influencer* juga menjadi salah satu hal yang penting karena dengan adanya *influencer* mampu mempromosikan suatu produk barang dan jasa dengan jangkauan yang luas terutama dalam media sosial karena *influencer* dapat mempengaruhi pengikutnya. Manusia cenderung meniru apa yang dilakukan oleh seseorang yang di anggap lebih dari dirinya, terlebih lagi orang itu adalah tokoh idolanya. Banyak sekali faktor yang di pertimbangkan pemasar dalam memilih sosok *influencer* sebagai *endorse* produknya.
3. Konten video promosi dan peran *influencer* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Bella di media sosial Tiktok Shop. Artinya Tiktok Shop lebih berfokus kepada konten-konten video yang harus di unggah supaya bisa di lihat oleh para calon konsumen, secara tidak langsung *influencer* juga berperan dalam memasarkan produk yang ada di tiktok karena para *influencer* yang aktif di media sosial sering membuat konten

kreatif sehingga penyebaran informasi mengenai produk mudah dan cepat tersampaikan oleh para calon konsumen atau pengguna Tiktok.



## B. Saran

1. Bagi produsen, sebaiknya semakin meningkat-kan strategi dengan memanfaatkan teknologi yang semakin maju dan canggih, tetap menjaga kualitas produk/barang yang di produksi.
2. Bagi konsumen, sebaiknya konsumen harus tetap pintar memilih produk atau barang walupun sudah di rekomendasikan dari orang lain atau *influencer* di media.
3. Bagi peneliti selanjutnya
  - 1) Diharapkan menggunakan variabel keputusan pembelian yang lebih banyak agar mampu memperoleh hasil yang lebih baik.
  - 2) Menggunakan variabel penelitian lain diluar variabel ini, untuk mencari variabel keputusan pembelian yang berdampak lebih signifikan dan jika variabel tersebut dimasukan dalam variabel penelitian akan memungkinkan memberikan hasil yang lebih komprehensif.

