

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan pengolahan data menggunakan program aplikasi SPSS 26, mengenai pengaruh *content marketing*, *beauty vlogger* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk body lotion scarlett di platform Tiktok (Penelitian pada Gen Z di Kabupaten Kuningan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Content Marketing*, *beauty vlogger* dan *online customer review* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi *content marketing*, *beauty vlogger* dan *online customer review* maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk memiliki ketertarikan pembelian pada produk body lotion Scarlett tersebut.
2. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin kreatif *content marketing* maka akan semakin tinggi keputusan pembelian produk body lotion Scarlett.
3. *Beauty vlogger* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin menarik *beauty vlogger* maka akan semakin tinggi keputusan pembelian produk body lotion Scarlett.
4. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin baik *online customer review* maka akan semakin tinggi keputusan pembelian produk body lotion Scarlett.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakuakn terhadap keputusan pembelian body lotion Scarlett melalui variabel *content marketing*, *beauty vlogger* dan *online customer review*, maka ada beberapa saran yang diajukan oleh peneliti terhadap Scarlett dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian produk body lotion Scarlett. Berikut ini adalah beberapa saran yang diberikan oleh peneliti terhadap Scarlett:

1. Bagi perusahaan

- a. Perusahaan Scarlett disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten digital mereka. Hal ini bisa dilakukan dengan menyajikan konten yang lebih interaktif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan serta minat Gen Z di platform TikTok. Selain itu, perlu dipertimbangkan penggunaan storytelling yang menarik, serta mengintegrasikan promosi dengan tren yang sedang viral agar dapat menjangkau audiens secara lebih luas.
- b. Perusahaan disarankan untuk menjalin kerja sama dengan *beauty vlogger* yang memiliki kredibilitas tinggi, tidak hanya dari segi jumlah pengikut tetapi juga dari segi keahlian dalam mereview produk, sikap profesional, dan gaya komunikasi yang menarik. Vlogger yang memiliki kedetakan emosional dengan audiensnya akan lebih efektif dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk.
- c. Penting bagi perusahaan Scarlett untuk terus mendorong konsumen memberikan ulasan setelah melakukan pembelian. Scarlett dapat memanfaatkan diskon untuk *review* positif atau program loyalitas. Perusahaan juga perlu memastikan bahwa ulasan pelanggan dapat diakses dengan mudah dan ditampilkan secara menonjol di setiap platform penjualan, khususnya di TikTok *Shop* dan *e-commerce* lain.

2. Bagi Akademik

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain di luar *content marketing*, *beauty vlogger*, dan *online customer review*, seperti citra merek, sensitivitas harga, atau kepercayaan, untuk melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian di platform digital. Perluasan objek dan lokasi penelitian juga dapat dilakukan, misalnya dengan membandingkan hasil penelitian antar wilayah atau platform media sosial lainnya.