

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan pengolahan data menggunakan program aplikasi *SPSS versi 26*, mengenai pengaruh citra merek, *online customer review* dan media sosial terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah survei pada konsumen Wardah di Kabupaten Kuningan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek, *Online Customer Review*, dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya ketika semakin tinggi citra merek, *online customer review* dan media sosial maka semakin tinggi juga konsumen melakukan keputusan pembelian pada lipstik Wardah.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin menarik Citra merek maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada lipstik Wardah.
3. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin banyak ulasan positif yang diberikan oleh konsumen terdahulu, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian pada lipstik Wardah.
4. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin banyak konten kreatif yang berisi informasi dan dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi di media sosial maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada lipstik Wardah.

5.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan

sebagai masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Dari semua indikator pada variabel citra merek diketahui nilai kuesioner terendah yaitu pada indikator item ke-1 dengan pernyataan “Lipstik wardah mempunyai pilihan warna yang beragam dan sesuai dengan tren”. Berdasarkan tanggapan mengenai indikator tersebut dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian maka sebaiknya produk lipstik wardah harus mampu memperkuat dan mempertahankan citra merek yang positif di benak konsumen, karena dengan citra merek yang dikenal baik oleh masyarakat akan membuat masyarakat yakin untuk melakukan pembelian pada produk lipstik wardah.
2. Dari semua indikator pada variabel *online customer review* diketahui nilai kuesioner terendah yaitu pada indikator item ke-1 dengan pernyataan “Saya sadar dengan adanya ulasan pelanggan pada *marketplace* dapat memudahkan dalam mencari informasi yang sesuai tentang lipstik wardah”. Berdasarkan tanggapan mengenai indikator tersebut dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian maka sebaiknya *online shop* wardah pada *marketplace* harus lebih memperhatikan lagi produk yang dijualnya agar konsumen yang sudah membeli produk tersebut dapat memberikan *review* yang sesuai fakta atau realitanya, sehingga akan membuat konsumen lain yakin untuk melakukan pembelian pada produk tersebut.
3. Dari semua indikator pada variabel media sosial diketahui nilai kuesioner terendah yaitu pada indikator item ke-5 dengan pernyataan “Informasi yang saya dapatkan dari media sosial tentang lipstik wardah sangat berkualitas dan membantu saya dalam memilih produk yang tepat”. Berdasarkan tanggapan mengenai indikator tersebut dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian maka sebaiknya produk lipstik wardah harus mampu membuat konten yang lebih menarik perhatian para konsumen dan dapat ditayangkan dalam media sosial, dengan hal tersebut konsumen dapat mengetahui informasi mengenai produk lipstik wardah dan menjadikan media sosial dan *marketplace* sebagai pilihan untuk berbelanja pada produk lipstik wardah.

4. Pada penelitian ini hanya menguji dan menganalisis pengaruh variabel citra merek, *online customer review* dan media sosial terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengkaji dan mengembangkan lebih lanjut penelitian ini dengan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat diketahui lebih banyak.