

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berjudul “Pengaruh *Endorsement dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Dari hasil uji statistik (t) yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *endorsement* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Artinya semakin sering atau semakin banyak Skintific melakukan kerjasama dengan *endorser*, maka akan meningkatkan volume penjualan produk. Namun pemilihan *endorser* harus relevan dengan produk yang akan ditawarkan. Dengan begitu, calon konsumen akan percaya dan tertarik terhadap produk yang di *endorse*.
2. Dari hasil uji statistik (t) yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Artinya semakin banyak konsumen yang memberikan review produk Skintific, maka tingkat keputusan pembelian produk akan meningkat pula. Hal ini dikarenakan calon konsumen memperhatikan *review* dari konsumen lain untuk mendapatkan gambaran produk. Sehingga online customer review sangat dibutuhkan calon konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.
3. Dari hasil uji statistik F yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *endorsement dan online customer review* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Kedua variabel tersebut berpengaruh cukup besar yaitu 62% terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Sedangkan 38% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Artinya dalam proses pemasaran produk,

endorsement merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk. Ditambah lagi adanya *online customer review* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan *review* dari konsumen demi tercapainya tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, ada beberapa hal yang disarankan kepada pihak yang bersangkutan yaitu sebagai berikut.

1. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel lainnya yang mungkin berperan penting dalam memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga mampu memberikan nilai indeks yang lebih tinggi serta menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang sedang diteliti. Contohnya seperti *content marketing* yang mendorong perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu, pemilihan sampel dapat diperluas dengan memperhatikan *real customer* sehingga mendapatkan hasil yang lebih konkrit.
2. Untuk industri kosmetik lainnya, disarankan agar memanfaatkan *endorser* yang sesuai dengan bidangnya sehingga manfaat suatu produk dapat tersampaikan dengan baik dan dapat menarik perhatian konsumen. Selanjutnya juga memanfaatkan media online sebagai tempat *review* konsumen, dengan begitu secara tidak langsung *review* tersebut dapat membantu konsumen lain dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Untuk perusahaan Skintific, disarankan agar mempertahankan dan terus meningkatkan *brand image* perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat. Selain itu, perusahaan dapat menciptakan inovasi-inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen.