

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

1. Variabel live streaming Tiktok terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi live streaming yang dilakukan oleh Daviena Skincare akan sejalan dengan peningkatan keputusan pembelian produk. Salah satu alasan utama di balik temuan ini adalah karena live streaming memungkinkan calon konsumen untuk mendapatkan informasi produk secara langsung dan real-time, yang memberi kesempatan untuk bertanya serta menerima penjelasan yang lebih mendalam mengenai produk Daviena Skincare yang ditawarkan.
2. Ditemukan bahwa variabel Promosi Event Tanggal Kembar Tiktok memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare. Artinya, semakin sering Daviena melakukan promosi tanggal kembar, semakin besar kemungkinan terjadinya keputusan pembelian produk. Pemilihan tanggal yang tepat, serta diskon dengan produk yang dipromosikan, juga menyandang peranan utama dalam menarik minat konsumen.
3. Ditemukan bahwa variabel iklan live streaming Tiktok dan promosi event tanggal kembar secara bersamaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare, dengan kontribusi sebesar 30,9%. Hal ini berarti bahwa kedua variabel tersebut mempunyai peran yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sementara sisa 69,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor.

6.2 Saran

Sesuai temuan dan pembahasan yang telah disampaikan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak terkait, sebagai berikut:

1. Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, agar mempertimbangkan penambahan variabel yang mungkin memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian seperti harga produk, kualitas produk sehingga hasil penelitian dapat memberikan indeks lebih besar dan memberikan pandangan lebih menyeluruh perihal apa saja hal yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, cakupan sampel dalam penelitian selanjutnya sebaiknya diperluas. Hal ini bertujuan untuk mendapat data lebih konkret dan representative.
2. Untuk Daviena Skincare, disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan menciptakan inovasi-inovasi terbaru dengan meningkatkan kualitas produk, memberikan nilai edukasi setiap mengiklankan produk dan meningkatkan kredibilitas merek agar dapat mengakomodasi keinginan dan ekspektasi pelanggan, guna menjaga daya saing.