

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk The Originote pada pengguna TikTok Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan sampel sebanyak 112 responden. Dapat disimpulkan bahwa *live streaming* dan *brand image* The Originote mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta, hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji yang dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 27, dengan hasil sebagai berikut:

1. *Live streaming* berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada TikTok Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga, ketika *streamer* mampu membangun interaksi dua arah dengan baik maka akan menimbulkan keputusan konsumen dalam pembelian produk.
2. *Brand image* berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada TikTok Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan begitu, *image* yang telah dibangun oleh The Originote baik/positif, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Yogyakarta.
3. *Live streaming* dan *brand image* berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian produk The Originote pada TikTok

Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehingga, dalam konteks pembelian *live streaming* dan *brand image* secara bersamaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk The Originote.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, berikut ini adalah saran yang akan diberikan.

1. Bagi Perusahaan The Originote

- a) Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan *live streaming* di TikTok shop, salah satu yang harus ditingkatkan ialah aspek interaktivitas seperti streamer pada produk The Originote dapat menjawab pertanyaan secara spesifik dan dapat memudahkan konsumen dalam proses negosiasi, karena pada aspek tersebut memiliki nilai paling rendah dari aspek lainnya. Sebaiknya perusahaan The Originote dalam melakukan *live streaming* dapat melibatkan audiens yang bertanya terkait produk di kolom komentar. sehingga apabila interaktivitas telah terbangun maka konsumen dapat menikmati dan berinteraksi kepada streamer untuk menanyakan tentang produk, serta keraguan yang ada pada konsumen mulai hilang dan keputusan pembelian akan meningkat.
- b) Dalam meningkatkan *brand image*, produk The originote diharapkan meningkatkan aspek pada keunikan produk, karena pada aspek keunikan produk memiliki nilai paling kecil dari aspek lainnya. Cara yang bisa dilakukan agar meningkatkan aspek

keunikan yaitu perkuat keunikan produk dengan kemasan dan cerita, sehingga keunikan atau ciri khas produk yang terlihat dari kemasan serta cerita dibaliknya akan memberikan nilai tambah ketika calon konsumen mempertimbangkan untuk membeli produk skincare The originote atau produk skincare lainnya.

2. Bagi Perusahaan TikTok

Bagi pihak *social commerce* diharapkan agar tetap mempertahankan fitur dan memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen di *live streaming* TikTok karena dari hasil penelitian ini aspek kekayaan media seperti kemudahan dalam penggunaan fitur *live streaming* di TikTok shop mampu mempengaruhi dalam keputusan pembelian dan deskripsi produk yang tersedia secara detail baik ukuran, kandungan, dan harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian memiliki nilai yang tinggi. Hal ini dapat menambah minat konsumen untuk menggunakan *social commerce* TikTok sebagai alternatif untuk berbelanja kebutuhan hidup.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

- a) Dari nilai *adjusted R-square* sebesar 83,5% dapat disimpulkan bahwa *live streaming* dan *brand image* mampu mempengaruhi keputusan pembelian, sementara sisanya 16,5% dijelaskan oleh variabel lain. Sehingga, untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel lain yang mungkin menjadi faktor atau memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

- b) Memperluas jangkauan wilayah penelitian.
- c) Melakukan penelitian dengan objek yang berbeda seperti produk skincare Facetology, Glad2Glow, dan Animate.
- d) Melakukan penelitian di *e-commerce* lain seperti Shopee, Blibli, atau Lazada.

PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA