

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Setelah membahas variabel dan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut mengenai penelitian ini : Pemasaran influencer, ulasan pelanggan online, pemasaran konten, dan keputusan pembelian :

1. Keputusan untuk membeli lipstik Wardah Glasing Liquid Lip di TikTok Jakarta Selatan dipengaruhi secara positif oleh pemasaran konten, sehingga semakin banyak inisiatif pemasaran konten akan menghasilkan lebih banyak pembelian.
2. Pilihan pembelian Wardah *Glasing Liquid Lipstick* di TikTok Jakarta Selatan dipengaruhi positif oleh ulasan pelanggan secara online, menunjukkan bahwa semakin banyak ulasan dapat meyakinkan pelanggan untuk melakukan pembelian.
3. *Influencer Marketing* memengaruhi keputusan pembelian lipstik Wardah *Glasing Liquid Lip* pada TikTok di Jakarta Selatan; peningkatan aktivitas influencer akan mendorong konsumen untuk membeli.

B. SARAN

Hasil analisis penelitian ini mendorong peneliti untuk menyampaikan beberapa rekomendasi guna meningkatkan keputusan pembelian Lipstik Wardah *Glasing Liquid Lip*, antara lain:

1. *Content marketing* yang diterapkan oleh Lipstik Wardah sudah efektif karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun, Wardah perlu lebih menekankan pada peningkatan akurasi informasi, dengan menyediakan data yang jelas dan terpercaya di TikTok mengenai produknya, sehingga dapat memperkuat kepercayaan konsumen dan meningkatkan pengaruh mengenai keputusan pembelian.
2. *Online Customer Review* Wardah terbukti memengaruhi keputusan pembelian, tetapi perlu ditingkatkan pada kualitas pendapat dengan menyajikan ulasan yang lebih bermanfaat dan meyakinkan, agar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian lebih besar.

3. *Influencer Marketing* Wardah efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian, tetapi perlu difokuskan pada peningkatan kepercayaan melalui rekomendasi influencer di TikTok agar dampaknya lebih besar.

