

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, *Influencer Marketing*, dan *Live Streaming di Shopee* Terhadap Keputusan Pembelian Serum Avoskin Pada Generasi Z Jakarta Pusat dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serum Avoskin pada Generasi Z Jakarta Pusat di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menilai harga serum Avoskin telah sesuai dengan kualitas, manfaat, serta kandungan produk yang ditawarkan, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
2. *Influencer Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serum Avoskin pada Generasi Z Jakarta Pusat di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa cara promosi yang dilakukan oleh influencer terhadap serum Avoskin mampu membangun kepercayaan konsumen, khususnya Generasi Z sehingga meningkatkan keputusan pembelian.
3. *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serum Avoskin pada Generasi z Jakarta Pusat di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa fitur *live streaming* di Shopee memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai manfaat, cara penggunaan skincare, serta keunggulan dari serum Avoskin, sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memiliki saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam Upaya meningkatkan keputusan pembelian, khususnya terhadap produk serum Avoskin pada Generasi Z Jakarta Pusat. Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Harga sudah berhasil karena menciptakan harga yang sesuai dengan kualitas produk serum Avoskin namun, *brand* Avoskin tersebut perlu mempertahankan keterjangkauan harga sehingga lebih sesuai dengan daya beli konsumen, hal ini diharapkan dapat lebih memberikan kontribusi peningkatan pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. *Influencer Marketing* sudah berhasil karena mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk serum Avoskin namun, *brand* Avoskin perlu mempertahankan dan bila perlu meningkatkan pada pemilihan *Influencer* yang memiliki kredibilitas, keahlian, serta kesesuaian dengan karakter Generasi Z, sehingga pesan promosi yang disampaikan dapat lebih efektif dan diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan keputusan pembelian.
3. *Live Streaming* sudah baik karena berhasil memberikan pengaruh yang positif dalam menyampaikan informasi mengenai produk serum Avoskin secara langsung kepada konsumen namun, *brand* Avoskin perlu meningkatkan kualitas pada pelaksanaan *live streaming*, terutama dalam hal interaksi dengan konsumen serta penyampaian manfaat dan keunggulan produk, sehingga diharapkan dalam peningkatan keputusan pembelian.

