

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Live Streaming dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk jeans Jiniso di TikTok Shop, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Melalui kegiatan live streaming, penjual dapat menampilkan produk secara langsung, memberikan informasi yang jelas, serta berinteraksi dengan konsumen secara real time. Interaksi sosial yang terjadi selama sesi live streaming mampu menumbuhkan kepercayaan, membangun kedekatan emosional, serta menciptakan pengalaman belanja yang lebih meyakinkan bagi konsumen. Semakin menarik, informatif, dan interaktif penyajian live streaming, semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Selain itu, kualitas produk juga menjadi faktor penting yang memperkuat keputusan pembelian konsumen. Atribut produk seperti bahan yang nyaman, desain yang menarik, ketahanan, serta kesesuaian dengan spesifikasi menjadi pertimbangan utama dalam membentuk persepsi positif terhadap produk jeans Jiniso. Semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, semakin besar pula tingkat kepuasan dan keyakinan mereka terhadap merek. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara Live Streaming sebagai bentuk interaksi sosial dan Kualitas Produk sebagai faktor pribadi berperan sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian produk jeans Jiniso di TikTok Shop.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Jiniso

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan perlu memperhatikan beberapa aspek yang masih menunjukkan nilai penilaian relatif lebih rendah agar strategi promosi melalui Live Streaming dan pengelolaan Kualitas Produk dapat berjalan lebih optimal. Pada variabel Live Streaming, pernyataan “Saya merasa nyaman untuk menonton Live Streaming Jiniso karena host menunjukkan sikap yang terbuka dan tidak manipulatif” menunjukkan bahwa Jiniso disarankan untuk memberikan pelatihan (training) secara offline kepada host agar lebih terampil dalam berkomunikasi secara terbuka, ramah, dan meyakinkan selama sesi live streaming. Melalui pelatihan tersebut, host dapat meningkatkan kemampuan dalam menjawab pertanyaan penonton dengan jujur dan persuasif sehingga mampu menciptakan rasa nyaman dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya dapat mendorong keputusan pembelian.

Selain itu, pada variabel Kualitas Produk, indikator “Produk jeans Jiniso sesuai dengan ekspektasi saya berdasarkan spesifikasinya” mengindikasikan bahwa Jiniso disarankan untuk memperkuat proses quality control agar setiap produk yang dikirim ke konsumen sesuai dengan spesifikasi yang ditampilkan saat promosi. Dengan pengawasan kualitas yang lebih ketat, perusahaan dapat memastikan konsistensi bahan, ukuran, dan detail produk, sehingga meningkatkan kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap merek Jiniso.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya. Fokus penelitian hanya mencakup konsumen produk jeans Jiniso di platform TikTok Shop, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke produk fashion lain atau platform e-commerce yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan beberapa merek fashion lainnya atau membandingkan platform belanja online lain seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia, agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku pembelian konsumen.