

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada Bab IV mengenai pengaruh social media marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare Camille Beauty pada e-commerce tiktok shop, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Social Media Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Camille Beauty pada platform TikTok Shop. Strategi pemasaran yang mampu mendorong keputusan pembelian umumnya melibatkan konten yang kreatif dan interaktif, promosi yang menarik, serta kemampuan untuk membangun komunitas yang kuat di media sosial. Konsumen cenderung tertarik pada merek yang aktif, responsif, dan menyajikan informasi produk dengan cara yang informatif namun menghibur. Konten yang disajikan di TikTok, seperti video tutorial, ulasan produk, atau challenge yang menarik, memiliki pengaruh kuat dalam membentuk persepsi positif terhadap merek. Dalam penelitian ini, Social Media Marketing merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian dibandingkan dengan Kualitas Produk. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat di media sosial, yang mampu membangun kedekatan dan keterlibatan dengan audiens, dapat

menjadi taktik yang efektif untuk mendorong pembelian. Karakteristik ini membuat pesan promosi lebih meyakinkan dan menarik, sehingga konsumen lebih percaya dan tertarik membeli, terutama di platform visual dan interaktif seperti TikTok Shop.

2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Camille Beauty pada platform TikTok Shop Sebagian besar konsumen menilai bahwa kualitas produk Camille Beauty sudah sangat baik dan sebanding dengan harga yang ditawarkan. Namun demikian, Camille Beauty perlu terus memperkuat persepsi bahwa kualitas produk yang dijanjikan benar-benar memberikan manfaat dan hasil yang efektif. Konsumen cenderung terdorong untuk membeli bukan semata-mata karena strategi promosi yang gencar, melainkan karena merasa bahwa produk tersebut layak dan memberikan nilai, manfaat, serta kepuasan yang mereka peroleh.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Camille Beauty

Camille Beauty disarankan untuk terus memperkuat strategi social media marketing, khususnya di TikTok Shop, dengan fokus pada konten yang kreatif dan interaktif. Konten promosi sebaiknya dibuat lebih menarik dan relevan, misalnya melalui challenge yang viral, tutorial penggunaan produk yang relatable, atau storytelling yang sesuai dengan gaya hidup audiens muda. Perusahaan juga perlu terus meningkatkan persepsi kualitas produk dengan lebih sering menjelaskan manfaat, bahan-bahan alami, dan keunggulan produk melalui media sosial. Meskipun kualitas produk sudah dianggap baik, edukasi tambahan akan membantu konsumen merasa bahwa produk yang mereka beli benar-benar efektif dan aman. Strategi pemasaran seperti kolaborasi dengan content creator yang memiliki niche tertentu, penawaran paket produk, atau bonus menarik juga bisa dimaksimalkan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti minat beli, loyalitas merek, atau kepercayaan konsumen agar analisis menjadi lebih komprehensif. Selain itu, disarankan untuk menggunakan produk kecantikan merek lain yang menargetkan pasar serupa, atau

memperluas platform penelitian ke e-commerce lain seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada guna memperoleh hasil yang lebih beragam dan relevan.