

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang sudah dilakukan, maka diperoleh simpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel *viral marketing* (X1) dan *online customer review* (X2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), hal ini dibuktikan pada uji F yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H1 diterima. Adapun model regresi yang menjelaskannya sebagai berikut: $Y = 2,087 + 0,446 VM + 0,757 OCR$, fungsi ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
2. Variabel *viral marketing* (X1) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikasnsi $0,000 < 0,05$, yang artinya H2 diterima.
3. Variabel *online customer review* (X2) secara parsial mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dibuktikan dalam uji T yang memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya H3 diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Minat terhadap produk kecantikan saat ini sedang meningkat, yang menandakan *brand-brand* kecantikan sedang dalam perhatian publik atau masyarakat. Sebaiknya Scarlett Whitening perlu meningkatkan kembali dengan melakukan inovasi dalam strategi pemasaran dan mempertahankan kualitas produk agar keputusan pembelian meningkat.
2. Sebaiknya Scarlett Whitening perlu meningkatkan *viral marketing* dengan menggunakan strategi yang sedang *trend* atau *viral*, karena hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *viral marketing* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. maka dari itu penjualan Scarlett Whitening akan tetap meningkat.
3. Sebaiknya Scarlett Whitening perlu mempertahankan *online customer review* dengan merespon setiap *review* yang diberikan oleh konsumen yang berada pada ulasan akun TikTok Shop Scarlett Whitening dan memperhatikan pentingnya dimensi yang terdiri didalamnya, karena hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *online customer review* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian