

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *digital marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi kasus pada Mahasiswa Kota Madiun) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel *digital marketing* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun), sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *digital marketing* maka keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun) juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial variabel *brand ambassador* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun), sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *brand ambassador* maka keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-*

*Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun) juga akan semakin meningkat.

3. Secara parsial variabel *online customer review* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun), sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *brand ambassador* maka keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Madiun) juga akan semakin meningkat.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *digital marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga *Scarlett Whitening* harus terus mengembangkan pemasaran digital mereka pada *platform e-commerce Shopee* dan penggunaan *brand ambassador* tidak hanya berdampak pada citra merek tetapi juga dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, baik melalui peningkatan kepercayaan, kesadaran, atau keterlibatan secara keseluruhan, serta *review online* tidak hanya berpengaruh pada tahap awal pencarian informasi, tetapi juga dapat

mempengaruhi konsumen hingga tahap akhir pengambilan keputusan pembelian karena *review* yang kuat dapat menjadi faktor penentu akhir bagi konsumen melakukan keputusan pembelian.

### C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Pihak Produsen
  - a. Hendaknya lebih menganekaragamkan jenis produk *Skincare Scarlett Whitening*, dengan melakukan pengembangan yang mengikuti tren terbaru dalam industri perawatan kulit dengan selalu melakukan inovasi produk, teknologi dan bahan-bahan yang membedakan dari pesaing.
  - b. Hendaknya terus meningkatkan promosi pada *e-commerce*.
2. Bagi konsumen

Hendaknya konsumen terus menggunakan produk *Skincare Scarlett Whitening* serta melakukan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *e-commerce Shopee* dan mencoba berbagai variasi produk yang ditawarkan.
3. Bagi peneliti lain
  - a. Diharapkan untuk mendalami sumber maupun referensi terkait variabel *digital marketing*, *brand ambassador*, dan *online customer*

*review* terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* pada *Platform E-Commerce Shopee*.

- b. Ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *Skincare Scarlett Whitening* yang tidak diteliti dalam penelitian ini
- c. Melakukan pengambilan sampel pada objek penelitian yang berbeda sehingga akan diperoleh hasil penelitian yang berbeda.