

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Hasil dalam penelitian kali ini dari judul Pengaruh Sosial Media, *Influencer* dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow yaitu :

1. Secara parsial sosial media berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk ms glow
2. Secara parsial *influencer* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow.
3. Secara parsial *customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ms Glow.

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa 2 (dua) variabel yang berpengaruh dan 1 (satu) variabel yang tidak berpengaruh, akan tetapi hasil pengujian untuk uji koefisien determinasi memperoleh *presentase* koefisien determinasi sebesar 40,2% yang artinya cara kerja dari variabel *independent* untuk mempengaruhi variabel *dependent* tidak sebegitu luas dan beberapa faktor yang menyebabkan pelanggan lain untuk tidak memperhatikan atau kurang memperdulikan pentingnya sosial media, *influencer* dan juga *customer review* dalam pengambilan keputusan pembelian secara *online* di era modern seperti ini, dengan alasan karena kurangnya jaminan keamanan atas identitas pelanggan dari pemilik usaha, kurangnya penjelasan informasi tentang produk Ms Glow, spontanitas ulasan *influencer* dan *customer review* kurang dan juga sudah tidak membutuhkan sumber untuk menguatkan keputusan pembelian seorang konsumen dikarenakan memang bagus nya kualitas dari produk Ms Glow.

5.2 Rekomendasi

Hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian kali ini, peneliti merekomendasikan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel bebas, jika menggunakan penelitian ini. Penelitian kali ini menggunakan variabel *independent* sosial media, *influencer* dan juga *customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen untuk produk Ms Glow hanya sebesar 40,2% sehingga apabila digunakan untuk penelitian selanjutnya maka lebih baik menambah model variabel *independent* seperti testimoni, *selebgram* ataupun yang lainnya untuk memenuhi syarat penelitian. Semakin banyak variabel semakin mudah untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terutama produk Ms Glow.

2. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan (Klinik Ms Glow Dee) hasil dalam penelitian kali ini yaitu pengaruh sosial media dan *influencer* sangat membantu perusahaan dalam menjualkan produk Ms Glow sehingga akan lebih baik apabila iklan melalui *influencer. selebgram* dan peran sosial media digunakan dengan baik dan lebih baik, dan untuk variabel *customer review* dalam penelitian kali ini kurang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ini semua bisa terjadi karena *responsibility* perusahaan dalam menangani komentar-komentar pelanggan kurang, baik komentar positif atau bahkan komentar

negatif, sehingga tidak dilakukannya perbaikan atas komentar tersebut membuat konsumen yang melihatnya kurang yakin terhadap *customer review*. Sebagai perusahaan sebaiknya selalu melihat respon pasca pembelian konsumen supaya produk banyak disenangi orang dan membuat konsumen melakukan *repeat order* hingga menjadi *customer loyalty*.

