

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. *Online customer review* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kaos Deliwafa melalui aplikasi Tiktok Shop.
2. *Brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kaos Deliwafa melalui Tiktok Shop.
3. Harga berpengaruh positif terhadap pembelian kaos Deliwafa melalui Tiktok Shop.
4. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,352 (35,2%) hasil ini menunjukkan bahwa *online customer review*, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 35,2% sedangkan sisanya 64,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasar hasil penelitian ini diharapkan para pelaku usaha yang menjual produknya melalui aplikasi TikTok Shop untuk dapat memanfaatkan strategi *marketing* seperti *online customer review*, dan *brand image* juga semakin berkembang dikarenakan dengan adanya bermacam-macam *brand* membuat suatu produk itu

menjadi lebih menarik, karena dari penelitian ini diketahui bahwa *online customer review & brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga dapat mendongkrak penjualan. Selain itu penetapan harga pada produk yang akan dijual juga perlu diperhatikan agar sesuai dengan kebutuhan & kemampuan konsumen dalam mendapatkan produk yang dijual, dengan menerapkan harga yang sesuai maka akan merangsang keputusan pembelian pada konsumen untuk dapat membeli produk yang dijual di TikTok Shop.

2. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *online customer review*, *brand image*, dan harga. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti *viral marketing*, pelayanan konsumen, *celebrity endorser* dan lain sebagainya.