

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data serta analisis yang dilakukan melalui uji parsial, uji simultan dan koefisien determinasi, mengenai pengaruh *Brand Trust* dan *Review* produk pada akun TikTok *@dokterdetektif* terhadap keputusan pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Azarine Retinol di TikTok Shop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek, baik dari segi kualitas, konsistensi, maupun integritas merek, semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.
2. *Review* Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ulasan yang jujur, detail, dan disertai bukti dapat memperkuat persepsi positif calon pembeli serta mengurangi keraguan sebelum melakukan pembelian.
3. *Brand Trust* dan *Review* Produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepercayaan merek dan kualitas ulasan saling melengkapi dalam membentuk keyakinan konsumen untuk memilih Azarine Retinol.
4. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kombinasi kedua variabel independen ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan pembelian, dengan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, promosi, dan kualitas pelayanan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian serta kesimpulan yang telah dipaparkan, peneliti menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait.

### 1. Bagi Azarine

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Brand Trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Azarine disarankan untuk terus menjaga konsistensi kualitas produk dan transparansi klaim manfaat.

Temua bahwa *Review* produk juga berpengaruh signifikan mengindikasikan bahwa strategi pemasaran berbasis ulasan harus dioptimalkan. Azarine dapat memanfaatkan konten dari pembeli asli di TikTok Shop, bekerja sama dengan *micro-influencer*, dan memberi hadiah atau keuntungan bagi konsumen yang memberikan *Review* jujur lengkap dengan foto atau video.

### 2. Bagi Platform TikTok Shop

Karena data menunjukkan kombinasi *Brand Trust* dan *Review* produk mempengaruhi keputusan pembelian secara simultan, TikTok Shop dapat memaksimalkan fitur verifikasi “Pembelian Terbukti” untuk memperkuat kredibilitas ulasan. Platform juga dapat mengatur algoritma agar ulasan yang paling informatif, lengkap, dan disertai bukti visual ditampilkan di urutan teratas.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini terbatas pada dua variabel, sehingga untuk memperkaya pemahaman mengenai perilaku konsumen, penelitian mendatang dapat menambahkan faktor lain seperti harga, kualitas pelayanan, atau promosi. Selain itu, memperluas cakupan responden dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai segmentasi pasar.