

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis di atas peneliti dapat membuat kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian untuk *brand image* ( $X_1$ ) nilai sig  $0.002 < 0,05$  dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel *brand image* ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian *skincare* di tiktok shop.
2. Hasil penelitian untuk *customer review* ( $X_2$ ), nilai sig  $0.017 < 0,05$  dari hasil tersebut memperlihatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel *customer review* ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian *skincare* di tiktok shop.
3. Hasil penelitian bahwa  $F_{hitung} = 32,889 > 3,960$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$ , maka  $H_0$  ditolak. Jadi pada hipotesis yang keempat pada penelitian ini dinyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikansi secara simultan antara *brand image* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian *skincare* di tiktok shop.

#### **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memiliki saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi

Keputusan pembelian, misalnya kualitas produk, emosional, tingkat margin atau biaya administrasi. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode lain untuk dapat lebih menyempurnakan pada penelitian ini.

2. Penelitian ini hanya menggunakan subjek yang sempit yaitu mahasiswa ekonomi syariah yang menggunakan Tiktok Shop. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan subjek yang lebih luas, agar hasil penelitian lebih spesifik.