

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis keputusan pembelian konsumen pada produk scarlett whitening melalui penggunaan media social Tiktok dan juga untuk mengetahui bagaimana konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Melalui penjabaran pada bab sebelumnya, penulis menyimpulkan bahwa perusahaan scarlett sudah membuat konten yang menarik yang dapat memikat para calon konsumen dan juga mendapatkan penilaian yang bagus kepada perusahaan sehingga munculnya factor yang dapat mempengaruhi proses keputusan pada konsumen.

Tampilan dari profil Tiktok juga sudah jelas seperti mencantumkan IG Official dari scarlett, NO WA, hanya saja mereka tidak mencantumkan link shopee pada akun Tiktok tersebut, sehingga para calon konsumen susah untuk mencari akun shopee dari Scarlett. Strategi yang dibangun untuk menciptakan minat para calon konsumen juga menarik dilihat dari konten-konten yang diunggah pada akun tiktok scarlett, serta strategi yang dapat menciptakan ingatan konsumen dengan konten-konten store tour, banyak mengedukasi tentang pentingnya menjaga kesehatan kulit serta manfaat dan penggunaan produk, dan menjalin interaksi yang lebih dekat dengan mengarahkan audiens ke Instagram maupun mengarahkan audiens pada live yang dibuat pada akun Tiktok milik perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa konten yang diunggah pada akun tersebut diantaranya, konten edukasi, sharing, store tour, kampanye, packing produk, produksi produk, dan juga beberapa konten lainnya. Hasil dari observasi yang penulis amati dapat menyimpulkan dari semua konten yang dibuat pada akun tersebut akun tersebut lebih banyak membuat konten edukasi atau mengajak para calon konsumen untuk tetap menjaga kulitnya dengan baik menggunakan produk yang dipasarkan oleh scarlett whitening. Konten tersebut banyak ditonton karena para calon konsumen mendapatkan informasi yang lebih banyak tentang produk yang diproduksi oleh scarlett baik itu kandungan didalam produk tersebut hingga manfaat serta cara penggunaan dari masing-masing produk scarlett. Jika semakin banyak yang menonton maupun tertarik dengan produk tersebut maka dapat dipastikan dapat

membuat para audiens membeli produk tersebut yang dapat memungkinkan peningkatan penjualan pada produk tersebut melalui media social Tiktok. Selain membuat konten menarik tiktok scarlett juga melakukan LIVE yang terjadwal setiap hari pada jam 8 malam, tujuan dari kegiatan tersebut selain mempromosikan masing-masing produk dari scarlett juga agar pihak perusahaan dapat memberikan informasi lebih intens dengan penonton serta dapat menjawab langsung pertanyaan yang diberikan oleh penonton terkait produk yang dipromosikan pada saat Live. Salah satu bukti nyata bahwa scarlett sudah sangat sukses di dunia bisnis, perusahaan scarlett mendirikan klinik kecantikan bagi masyarakat apalagi para pecinta scarlett, disana pelanggan bisa konsultasi dengan dokter nya langsung dan juga bisa melakukan treatment atau perawatan apa saja yang kita mau di klinik tersebut.

Dari penilaian maupun pengalaman dari pengguna scarlett penulis menyimpulkan bahwa para pengguna scarlett memilih untuk memutuskan membeli produk scarlett dikarenakan mereka mendapat review bagus dari influencer, teman-teman terdekat serta review bagus dari komentar netizen, selain itu iklan yang dibuat oleh perusahaan scarlett pun menarik perhatian para konsumen. Selain itu hal yang paling penting dari pengguna scarlett untuk memutuskan membeli produk tersebut adalah produk yang mereka gunakan cocok pada kulit mereka karena produk scarlett terbuat dari bahan alami serta pembuatan produk tersebut juga higienis serta sudah BPOM oleh karena itu scarlett menjadi salah satu produk yang mereka percayakan untuk merawat kesehatan kulit mereka. Selain itu juga kehadiran BA yang terkenal tidak menjadi salah satu patokan bahwa mereka memutuskan membeli produk itu.

Maka dapat disimpulkan bahwa BA pada produk tersebut tidak sepenuhnya berpengaruh dalam meningkatkan penjualan mereka, hal tersebut diperkuat dari beberapa jawaban dari para konsumen scarlett. Mereka membeli produk scarlett karena produk tersebut cocok dengan kebutuhan kulit mereka, dan mendapatkan review bagus dari influencer, teman-teman terdekat maupun review dari netizen. Maka iklan dari influencer sangat efektif dalam hal ini yang membuat para calon konsumen memutuskan membeli produk scarlett dengan review nyata yang diberikan.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh penulis, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya. Adapun saran yang ingin penulis ajukan sebagai berikut:

1. *Bagi Perusahaan*

Pihak perusahaan dapat membuat konten yang lebih menarik sehingga terciptanya banyak pelanggan yang tertarik untuk membeli produk scarlet dan juga mencantumkan nama shopee pada profil Tiktok agar memudahkan para calon konsumen menjelajahi serta membeli produk pada shopee. Terus menjaga komunikasi serta pelayanan yang baik dengan pelanggan sehingga terciptanya kepercayaan yang tinggi bagi para konsumen untuk tetap menjadi pecinta produk scarlett.

2. *Bagi peneliti selanjutnya*

Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki dalam penelitian ini. Pada penelitian selanjutnya, peneliti diharapkan dapat mengkaji lebih banyak sumber referensi terkait dengan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan produk melalui media social Tiktok dan juga mengkaji lebih dalam lagi mengenai audiens dalam memutuskan membeli produk di TikTok sehingga hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik lagi.