

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh dan *Influencer marketing* terhadap Keputusan Pembelian produk Glad2Glow pada konsumen Toko Khatulistiwa Bengkulu dengan *Brand Trust* sebagai variabel mediasi, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Glad2Glow pada konsumen Toko Khatulistiwa Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi yang dilakukan, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.
2. berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*. Artinya, aktivitas pemasaran digital yang dilakukan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek Glad2Glow.
3. *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan promosi yang dilakukan influencer mampu memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk skincare Glad2Glow.
4. *Influencer marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Trust*. Artinya, influencer yang memiliki kredibilitas dan citra positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Glad2Glow.
5. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek Glad2Glow, maka semakin besar kemungkinan konsumen

melakukan pembelian.

6. *Brand Trust* mampu memediasi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara positif dan signifikan. Artinya, tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kepercayaan konsumen terhadap merek.
7. *Brand Trust* mampu memediasi pengaruh *Influencer marketing* terhadap Keputusan Pembelian secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Influencer marketing* dapat meningkatkan keputusan pembelian melalui terbentuknya kepercayaan konsumen terhadap merek Glad2Glow.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Khatulistiwa Bengkulu, disarankan untuk meningkatkan kualitas dan konsistensi melalui Instagram, TikTok, dan marketplace dengan menyajikan konten yang informatif, menarik, interaktif, serta memberikan informasi yang jelas mengenai manfaat, kandungan, cara penggunaan, dan keamanan produk Glad2Glow. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sekaligus mendorong keputusan pembelian.
2. Toko Khatulistiwa Bengkulu disarankan untuk lebih selektif dalam memilih influencer dengan mempertimbangkan kredibilitas, reputasi, kesesuaian dengan target pasar, jumlah pengikut, dan tingkat engagement. Influencer yang digunakan sebaiknya mampu menyampaikan informasi mengenai produk secara jujur, objektif, dan meyakinkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Glad2Glow.

3. Dalam meningkatkan *brand Trust*, pihak yang terkait dengan pemasaran Glad2Glow disarankan untuk mempertahankan kualitas produk serta memberikan informasi yang transparan mengenai kandungan, manfaat, keamanan, dan cara penggunaan produk. Selain itu, pelayanan terhadap konsumen dan penanganan keluhan perlu ditingkatkan agar konsumen merasa aman dan yakin dalam menggunakan produk Glad2Glow. Hal ini penting karena *brand Trust* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta mampu memediasi pengaruh dan *Influencer marketing* terhadap keputusan pembelian.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek, lokasi, dan jumlah responden penelitian serta menambahkan variabel lain seperti brand image, e-WOM, kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, dan perceived value. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk skincare.