

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pengaruh pada variabel *Public Relation* (X_1), dan Kontent (X_2) terhadap Keputusan Pembelian pada Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang. dapat ditarik keimpulan sebagai berikut :

1. *Public Relation* (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang Kabupaten Kepahyang. Hal ini tinggi tingkat komunikasi pada konsumen atau pelanggan makan akan semin tinggi pula keputusan pembelian yang akan dilakukan pada produk Tiktok Gen Z di pasar kepahyang Kabupaten Kepahyang.
2. Kontent (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang Kabupaten Kepahyang. Hal ini menyatakan bahwa makin seringnya konten yang dilakukan akan mempermudah para gen Z untuk melihat dan mengamati untuk meningkatkan keputusan pembelian produk Tiktok pada Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang Kabupaten Kepahyang
3. *Public Relation* (X_1), dan Kontent (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen. Hal ini dapat diketahui dari uji hipotesis secara

bersama-sama (*Simultan*) memiliki hubungan yang signifikan. Serta hal ini dibuktikan dari analisis koefisien determinasi sebesar R^2 adalah merupakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan pada produk tiktok pada Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian faktor yang melakukan perubahan mengenai Public Relation dan Kontent pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang serta keputusan pembelian, penulis berharap meningkatkan Public Relation dan Kontent yang dapat meningkatkan penjualan pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. *Public Relation*

Berdasarkan tanggapan responden variabel Public relation merupakan faktor yang diperlukan dalam meningkatkan Keputusan Pembelian bagi para konsumen sehingga seharusnya pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang. Harus lebih memperhatikan pola *Public Relation* dan layanan konten yang sesuai dengan selera konsumen dengan baik, untuk mencapai tujuan yang akan ditetapkan.

2. Kontent

Berdasarkan tanggapan responden akan variabel konten merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan produk terutama pada platform produk di

Tiktok memberikan gambar dan konten yang jelas sesuai dengan apa yang terjadi pada saat terutama dalam peningkatan penjualan produk pada Produk Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang karena saat ini orang berusaha memberikan gambaran dan masukan yang jelas kepada konsumen berdampak pada peningkatan akan memperoleh nilai dalam peningkatan Keputusan Pembelian pada Produk Tiktoj di Pasar Kepahyang Kabupaten Kepahyang.

3. Keputusan Pembelian

Berdasarkan tanggapan responden variabel Keputusan pembelian produk Tiktok pada Gen Z yang menggunakan media di Produk Tiktok di Pasar Kepahyang kabupaten Kepahyang, menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan gen z banyak juga mengalami kendala terutama pembelian produk, hal ini dikarenakan masih banyak produk yang dijual terkadang tidak sesuai dengan yang dipesan seperti bahan kurang bagus, produk kecil, dan kualitas kurang memuaskan.