

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Efektivitas Tik Tok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chester Clothing Industri. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan yaitu, Efektivitas Tik Tok berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chester Clothing Industri. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima. Dengan demikian Efektivitas Tik Tok berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Chester Clothing Industri.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1) Bagi Chester Clothing Industri

Peneliti menganjurkan agar penentu kebijakan perlu terus menjaga dan meningkatkan promosi melalui media sosial sehingga keputusan pembelian terus meningkat pada konsumen dan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan secara signifikan.

2) Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian dan melakukan penelitian dengan menggunakan metodologi serta responden yang lebih banyak dari jumlah populasi yang ada, sehingga data yang dihasilkan lebih representatif.