



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN



#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab sebelumnya, penulis dapat mengambil kesimpulan yang dapat menjelaskan keseluruhan penelitian ini.

Berikut kesimpulan tersebut:

- a. *Live streaming shopping* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada produk skincare Npure di TikTok.
- b. *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada produk skincare Npure di TikTok.

#### 5.2 Saran

- a. Npure bisa melakukan respon yang cepat terhadap pertanyaan konsumen. Jangan biarkan pertanyaan mereka tidak terjawab atau diabaikan, pastikan untuk fokus pada keunggulan dan manfaat produk skincare secara langsung. Sehingga dapat meningkatkan peluang Npure sebagai produk *skincare* diutamakan dibanding merek *skincare* lainnya dan untuk memaksimalkan niat beli ulang melalui *Live Streaming Shopping*.
- b. Npure dapat mempertahankan *Content Marketing* yang dilakukan pada akun Tiktok @Npureofficial dengan cara berfokus pada pembuatan konten yang relevan dan mengedukasi tentang cara menggunakan produk yang efektif dan manfaat sertakan testimoni atau ulasan dari pelanggan yang telah menggunakan produk *skincare* Npure. Sehingga *Content Marketing* dapat memaksimalkan niat beli ulang dan Npure menjadi produk skincare terutama dibanding merek *skincare* lainnya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.