

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Bersumber pada hasil riset menimpa Pengaruh Influencer serta Self-Presentation terhadap Keputusan Pembelian dengan Trust selaku Variabel Mediasi pada Kopi Semesta, hingga bisa disimpulkan selaku berikut.

1. Influencer mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Maksudnya, pemakaian influencer yang pas sanggup tingkatkan kepercayaan konsumen sehingga mendesak mereka buat melaksanakan pembelian produk Kopi Semesta.
2. Self- Presentation mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Terus menjadi baik penyampaian konten serta citra yang dibentuk di media sosial, hingga terus menjadi besar kecenderungan konsumen buat membeli produk Kopi Semesta.
3. Influencer mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Trust pada konsumen Kopi Semesta. Perihal ini menampilkan kalau terus menjadi besar kredibilitas, energi tarik, serta kemampuan influencer dalam mengantarkan data menimpa produk, hingga terus menjadi besar pula tingkatan keyakinan konsumen terhadap Kopi Semesta.
4. Self- Presentation mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Trust. Perihal ini menampilkan kalau penyajian diri ataupun

metode influencer ataupun brand menunjukkan diri secara autentik, menarik, serta tidak berubah- ubah bisa meningkatkan keyakinan konsumen.

5. Trust mempengaruhi positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Terus menjadi besar keyakinan konsumen terhadap mutu produk, pelayanan, serta data yang diberikan Kopi Semesta, hingga terus menjadi besar mungkin konsumen melaksanakan pembelian.
6. Trust sanggup memediasi pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian. Perihal ini menampilkan kalau influencer tidak cuma mempengaruhi keputusan pembelian secara langsung, namun pula lewat kenaikan keyakinan konsumen terhadap Kopi Semesta.
7. Trust sanggup memediasi pengaruh Self- Presentation terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, penyajian diri yang baik hendak membangun keyakinan konsumen, yang berikutnya mendesak kenaikan keputusan pembelian.

## **5.2 Saran**

Bersumber pada hasil riset yang sudah dicoba, periset membagikan sebagian anjuran selaku berikut.

1. Untuk Kopi Semesta

Kopi Semesta disarankan untuk terus memanfaatkan influencer yang memiliki kredibilitas, keahlian, dan kesesuaian dengan target pasar agar mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, Kopi Semesta perlu mempertahankan

penyajian konten yang autentik, menarik, dan konsisten di media sosial sehingga dapat memperkuat citra merek serta meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

## 2. Untuk Periset Selanjutnya

Riset berikutnya diharapkan bisa meningkatkan model riset dengan meningkatkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, semacam electronic word of mouth( e-WOM), brand image, brand awareness, perceived value, ataupun customer satisfaction. Tidak hanya itu, riset pula bisa dicoba pada objek ataupun zona usaha yang berbeda supaya hasil riset mempunyai cakupan yang lebih luas serta bisa dibanding dengan riset ini.