

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ( $-1,194 < 1,984$ ) atau tingkat signifikan lebih besar dari  $\alpha$  ( $0,235 > 0,05$ ) maka dapat diperoleh H1 ditolak.
2. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Affiliate Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $5,394 > 1,984$ ) atau tingkat signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh H2 diterima.
3. Bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana t-hitung lebih kecil dari t-tabel ( $1,810 < 1,984$ ) atau tingkat signifikan lebih besar dari dari  $\alpha$  ( $0,073 > 0,05$ ) maka dapat diperoleh H3 ditolak.
4. Bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian. Dimana karena nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  ( $18,584 > 2,70$ ). Nilai F 18,584 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 5%. Maka diperoleh H4 diterima.

## 5.2 SARAN

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, maka penulis mengemukakan beberapa saran kepada Aplikasi Shopee untuk dapat meningkatkan Keputusan Pembelian maka pihak manajemen harus meningkatkan :

- a. *Online Customer Review*, melalui peningkatan Perceived usefulness (manfaat yang dirasakan), Source credibility (kredibilitas sumber), Argument quality (kualitas argumen), Valence (valensi), Value of review (jumlah ulasan).
- b. *Affiliate Marketing* melalui peningkatan Kepercayaan Diskon atau promosi, Kemudahan, Kualitas informasi.
- c. *Live Streaming* melalui peningkatan *Live Streaming* melalui Waktu promosi, Diskon atau promosi, Deskripsi produk, Visual marketing.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel yang relevan berkaitan dengan *Online Customer Review*, *Affiliate Marketing*, dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian dan mampu mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain yang belum diteliti penulis. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga perusahaan mampu meningkatkan Keputusan Pembelian pada tahun-tahun berikutnya.

### 3. Bagi Akademik

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat

menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara mengadakan wawancara atau penyebaran kuesioner yang lebih luas guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.