

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data diatas, maka dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan uji hipotesis secara persial (t) menunjukan variable affiliate program berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk fashion di Shopee.
2. Berdasarkan uji hipotesis secara persial (t) menunjukan variable live streaming berpengaruh positif dan signifiikan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee.
3. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (F) menunjukan variable affiliate program dan live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeliann produk fashion di Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dalam dokumen skripsi yang telah diunggah, berikut adalah saran yang relevan dan aplikatif:

1. Rekomendasi untuk Praktisi (Pelaku Bisnis Fashion di Shopee)

a. Optimalkan Program Afiliasi (Affiliate Program)

Pelaku bisnis fashion di Shopee sebaiknya lebih aktif bekerja sama dengan afiliator untuk meningkatkan eksposur produk. Pastikan afiliator memiliki kredibilitas yang baik dan mampu membuat konten kreatif serta menarik. Berikan insentif tambahan atau bonus bagi afiliator yang berhasil meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

b. Maksimalkan Penggunaan Live Streaming

Gunakan fitur Shopee Live secara rutin untuk membangun interaksi dengan calon pelanggan. Tampilkan demo produk secara detail agar konsumen mendapatkan gambaran nyata tentang kualitas produk. Manfaatkan momen live streaming untuk memberikan diskon atau promosi eksklusif yang hanya berlaku selama sesi berlangsung guna meningkatkan urgensi pembelian.

c. Peningkatan Kepercayaan Konsumen

Berikan informasi produk yang jelas dan transparan melalui deskripsi yang lengkap serta visual berkualitas tinggi. Tanggapi pertanyaan dan ulasan pelanggan dengan cepat untuk meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk.

2. Saran untuk Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

a. Perluasan Variabel Penelitian

Penelitian di masa depan dapat mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, seperti ulasan pelanggan (customer review), flash sale, atau strategi influencer marketing.

b. Metode Penelitian yang Berbeda

Penelitian berikutnya dapat menggunakan metode kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan psikologis di balik keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh affiliate program dan live streaming. Bisa juga mempertimbangkan pendekatan eksperimen untuk melihat efektivitas strategi pemasaran dalam kondisi yang lebih terkontrol.

c. Populasi yang Lebih Luas

Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Universitas Dharma Andalas. Studi lanjutan dapat memperluas cakupan populasi, misalnya pada kelompok usia lain atau konsumen dari berbagai wilayah yang berbeda.

3. Mengatasi Keterbatasan Penelitian

a. Penggunaan Data yang Lebih Luas

Untuk meningkatkan validitas penelitian, di masa mendatang dapat digunakan data sekunder dari Shopee atau platform e-commerce lain yang menyediakan statistik mengenai efektivitas affiliate marketing dan live streaming.

b. Penyesuaian Teknik Sampling

Pengambilan sampel bisa diperluas agar lebih representatif, tidak hanya mahasiswa tetapi juga masyarakat umum yang aktif berbelanja fashion di Shopee.

c. Pengujian Lebih Mendalam

Gunakan model analisis yang lebih kompleks, seperti Structural Equation Modeling (SEM), untuk memahami hubungan antara variabel secara lebih mendetail.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pengembangan ilmu pemasaran digital dan strategi bisnis di e-commerce Shopee.