

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Live Streaming, Celebrity Endorsement* dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di *Tiktok shop*. Artinya semakin meningkat *Live Streaming, Celebrity Endorsement* dan *Online Customer Review* maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
2. *Live Streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di *Tiktok shop*. Artinya semakin interaktif dan komunikatif *Live Streaming* yang dilakukan maka keputusan pembelian akan meningkat.
3. *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di *Tiktok shop*. Artinya semakin populer dan menarik *Celebrity Endorsement* maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
4. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di *Tiktok shop*. Artinya semakin baik *review* yang diberikan *customer*, maka keputusan pembelian akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang. Adapun saran penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil angket kuisisioner yang telah diberikan kepada 130 responden pengguna aplikasi Tiktok *shop* di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel *live streaming*, indikator daya tarik merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlunya peningkatan dalam hal daya tarik, *host live* harus lebih menarik, interaktif dan bernilai bagi penonton agar penonton merasa tertarik.
2. Berdasarkan hasil angket kuisisioner yang telah diberikan kepada 130 responden pengguna aplikasi Tiktok *shop* di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel *celebrity endorsement*, indikator *attractiveness* (daya tarik) merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlu peningkatan dalam hal daya tarik *celebrity endorsement*, *celebrity* harus meningkatkan gaya hidup, penampilan dan citra yang sejalan dengan brand supaya lebih menarik perhatian konsumen.
3. Berdasarkan hasil angket kuisisioner yang telah diberikan kepada 130 responden pengguna aplikasi Tiktok *shop* di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel *online customer review*, indikator frekuensi merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlu peningkatan dalam hal frekuensi. *Brand* perlu menampilkan *review* terbaik secara transparan sebagai inspirasi karena *review* pelanggan merupakan bagian sumber informasi bagi konsumen dalam memilih produk.
4. Berdasarkan hasil angket kuisisioner yang telah diberikan kepada 130 responden pengguna aplikasi Tiktok *shop* di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel keputusan pembelian, indikator memberikan rekomendasi kepada orang lain merupakan indikator yang memiliki skor terendah. Maka perlu peningkatan dalam hal memberikan rekomendasi kepada orang lain. Misalnya dengan meningkatkan fokus pada kualitas produk dan layanan supaya pelanggan merasa puas sehingga berkesan bagi

pelanggan pengalaman positif membuat pelanggan ingin bercerita kepada orang lain.

5. Bagi peneliti yang selanjutnya, peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain atau faktor-faktor lain yang akan diteliti dalam melihat pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti harga, inovasi produk dan variabel lain yang mempunyai pengaruh lebih kuat terhadap keputusan pembelian atau mengganti variabel terikat dengan variabel lain seperti *impulse buying*, sehingga dengan adanya penelitian yang berbeda dapat memperkaya dan memperluas keilmuan dibidang pemasaran.