

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan kepada konsumen pengguna aplikasi Shopee di DKI Jakarta. Maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *influencer* (X1) dan *online customer review* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan pada pengujian hasil F hitung $>$ dari F tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Dengan besar pengaruh sebesar 0,530 atau 53%.
2. Variabel *influencer* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan pada pengujian hasil T hitung $>$ dari T tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Dengan besar pengaruh sebesar 0,446 atau 44,6%.
3. Variabel *online customer review* (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil pengaruh dibuktikan pada pengujian hasil T hitung $>$ dari T tabel dan nilai sig $<$ 0,05. Dengan besar pengaruh sebesar 0,416 atau 41,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk dapat lebih meningkatkan *influencer* (X1) dan *online customer review* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diharapkan agar dapat lebih meningkatkan kembali kualitas produk dan variasi pada produk sehingga konsumen lebih tertarik lagi dalam membeli sebuah produk pada aplikasi Shopee, lalu diharapkan agar dapat lebih meningkatkan kembali dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga tidak ada *review* buruk yang diberikan oleh konsumen.
2. Untuk dapat lebih meningkatkan *influencer* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) diharapkan *influencer* dapat lebih meningkatkan keakraban, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki dalam men-*share* sebuah produk agar calon konsumen / *followers* dapat mempercayainya.
3. Untuk dapat lebih meningkatkan *online customer review* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) konsumen diharapkan dapat memberikan sebuah *review* yang baik, jujur dan sesuai sehingga membuat calon konsumen menjadi lebih percaya dalam mencari sebuah *review* yang paling bagus.