

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uji regresi linear berganda maka didapatkan hasil bahwa dari kedua variabel independent yaitu *viral marketing* dan kepercayaan yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian melalui media sosial *facebook* adalah kepercayaan karena nilai  $\beta$  yang di tunjukkan oleh variabel kepercayaan adalah 0,420 melebihi nilai  $\beta$  dari variabel lain yaitu *viral marketing*. hal ini berarti menunjukkan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian melalui media sosial *facebook* karena konsumen percaya terhadap *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* dalam memenuhi apa yang diharapkan konsumen dengan cara menjaga kerahasiaan data pribadi pembeli, *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* memberikan solusi, *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* menjaga reputasinya, *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* memberikan pelayanan yang memuaskan, *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* memberikan informasi apa adanya dan *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* memberikan kualitas yang baik.

Berdasarkan dari pembahasan penelitian diatas dapat diambil kesimpulan:

1. Bahwa hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Kepercayaan* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Keputusan Pembelian*.

2. Pada deskriptif variabel menunjukkan bahwa variabel *Kepercayaan* sudah sangat baik dimana pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang di berikan *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* di mana *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* mampu memberikan informasi yang apa adanya serta informasi yang lengkap dan akurat.

## **B. Saran**

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel penelitian selain yang digunakan dalam penelitian ini yang tentunya dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan melakukan penelitian di berbagai media untuk melihat perbedaan di setiap media.
2. Bagi toko online hendaknya lebih memperhatikan sikap dan kejujuran yang paling diutamakan dan harus ditingkatkan lagi dalam melayani konsumen. Apabila sikap dan begitu juga dengan kejujuran yang diberikan *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* kepada konsumen cukup baik, maka konsumen akan merasa lebih nyaman berbelanja di *fanpage* tas wanita murah meriah yang ada di *facebook* tersebut bahkan bisa menjadi pelanggan tetap di sana.