BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menguraikan kesimpulan hipotesis dari analisis seperti yang diuraikan pada bab sebelumnya dan saran. Pada bagian pertama akan dijelaskan secara ringkas mengenai kesimpulan hasil dari hipotesis. Pada bagian berikutnya adalah saran teoritis dan saran praktis.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka peneliti memberikan beberapa simpulan :

1. Berdasarkan penelitian mengenai variabel independen (*Viral Marketing*) dan variabel dependen (Proses Keputusan Pembelian) pada *Shopee* kategori *handphone*, pada pengujian yang telah dilakukan kepada 100 responden, maka diperoleh hipotesis pada media elektronik, pengetahuan tentang produk, pembicaraan produk, dan mengurangi ketidakpastian diterima. Dapat disimpulkan bahwa media elektronik memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian secara signifikan sebesar 0,401, pengetahuan produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,196, pembicaraan produk mempengaruhi proses keputusan pembelian sebesar 0,441, dan mengurangi ketidakpastian memiliki pengaruh signifikan terhadap

proses keputusan pembelian sebesar 0,270. Variabel *viral marketing* memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian.

2. Pada analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai R sebesar 0,878 (87,8%), *R Square* sebesar 0,772 (77,2%) dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,762 (76,2%). Dapat disimpulkan bahwa variabel *viral marketing* berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian *handphone* pada *Shopee* sebesar 76,2% dan 24,7% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa *Viral Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk *Handphone*. Dan terdapat saran yang ingin disampaikan oleh peneliti jika akan dilakukan lagi penelitian.

Saran Untuk Perusahaan dan Konsumen

1. Diharapkan perusahaan *online shop Shopee* tetap menjaga reputasi dan memperluas pasar produk sehingga dapat dikenal bagi konsumen di Indonesia. Bagi perusahaan *Shopee*, hal yang diutamakan dan penting dalam menjalankan bisnis adalah lebih memperhatikan kejujuran dalam melayani konsumen. Jika sikap kejujuran yang dilakukan pada perusahaan *online shop Shopee* dalam

melayani baik, maka konsumen dapat merasakan nyaman saat melakukan belanja secara *online* pada *Shopee* sehingga dapat mempertahankan pelanggan.

2. Saran penting dalam meningkatkan hubungan dan kepercayaan antara *Shopee* dengan pelanggan adalah *Shopee* lebih aktif lagi dalam memperhatikan bagian forum komentar. Pada forum komentar dan pesan yang telah dikirim dari konsumen, *Shopee* lebih aktif lagi dalam memberikan jawaban pada kegiatan komentar bagi konsumen.
3. Saran berikutnya pada *online shop Shopee*, yakni menambahkan deskriptif pada produk secara jelas agar konsumen dapat menilai serta memahami kelengkapan produk yang dijual. Gambar produk yang hendak dijual ditampilkan berwarna dan sangat jelas.
4. Dalam melakukan pengiriman produk yang sudah dipesan untuk konsumen, *Shopee* lebih memperhatikan ketepatan waktu pengiriman produk yang dibutuhkan serta kondisi produk tidak cacat. Hal ini bisa mempengaruhi kepercayaan konsumen. Apabila waktu pengiriman produk yang telah dipesan secara *online* kepada konsumen bisa sampai tepat waktu, maka konsumen bisa merasa nyaman berbelanja.
5. Karena kebutuhan *handphone* saat ini diperlukan bagi konsumen, *Shopee* diharapkan mampu mengetahui kebutuhan konsumen akan *handphone* dan menjual produk *handphone* dengan harga terjangkau bagi konsumen secara luas.