

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan dan pembahasan yang telah dilakukan pada Bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *live shopping* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop. Hal ini berarti semakin intensnya penjual dalam melakukan *live shopping* maka semakin tinggi pula keyakinan dalam keputusan pembelian seseorang.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *online customer review* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop. Hal ini berarti kredibilitas sumber dan kualitas argumen tidak cukup untuk seseorang memutuskan pembelian.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *cash on delivery* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tiktok Shop. Hal ini berarti semakin mudahnya metode yang pembayaran yang ditawarkan maka semakin mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian.
4. Sesuai dengan uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel *live shopping*, *customer review*, dan *cash on delivery* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Tiktok Shop mahasiswa Universitas Putra Bangsa.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yang di share melalui *WhatsApp* yang membuat jawaban responden terkadang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya
2. Jumlah sampel yang diambil terbilang sedikit yaitu 100 responden dari jumlah populasi mahasiswa Universitas Putra Bangsa. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan tenaga dari peneliti.
3. Peneliti mengalami kesulitan dalam mencari referensi variabel *live shopping* dikarenakan masih terbatasnya penelitian yang menggunakan variabel tersebut.

5.3. Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian mencakup dua hal yaitu implikasi praktis dan teoritis. Implikasi praktis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap faktor keputusan pembelian di Tiktok Shop pada mahasiswa Universitas Putra Bangsa. Sedangkan implikasi teoritis berhubungan dengan kontribusinya bagi pengembangan teori-teori tentang *live shopping*, *online customer review*, *cash on delivery* dan keputusan pembelian.

5.3.1 Implikasi Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan berbagai manfaat pihak-pihak terkait:

1. Bagi pengusaha di Tiktok Shop
 - a. Dengan adanya penelitian ini yang menyatakan bahwa *live shopping* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis menyarankan pada pengusaha di Tiktok Shop diharapkan lebih meningkatkan intensitas *live* pada akunnya untuk lebih dapat memberikan keyakinan pada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
 - b. *Online customer review* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis menyarankan pada penjual di Tiktok untuk tetap mempertahankan fitur *review* dengan lebih mengajak pembeli untuk meninggalkan *review* pada kolom *review*. Penjual juga bisa lebih intens dalam merespon *review* yang baik maupun kurang baik.
 - c. Metode pembayaran *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis menyarankan agar penjual atau pihak tiktok tetap mempertahankan fitur ini agar memberikan konsumen kemudahan dan keamanan dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan referensi, masukan atau informasi dan sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait Tiktok pada masa yang akan datang:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi pembelian selain variabel *live shoppig*, *online customer review* dan *cash on delivery* dengan dukungan teori dan isu-isu terbaru.
- b. Penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan lokasi penelitian sehingga hasil penelitian dapat di implementasikan secara umum.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan penelitian mengenai keputusan pembelian terdapat beberapa hasil dalam penelitian ini. hal tersebut memberikan dukungan secara empiris terhadap teori-teori antara lain:

1. Implikasi yang berkenaan dengan teori *live shopping*. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin intensnya penjual melakukan *live* dan menjabarkan produknya melalui *live* semakin tinggi juga konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitri Novianti Wijaya (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *live shopping* dengan keputusan pembelian.

2. Implikasi yang berkenaan dengan teori *online customer review*.
Penelitian telah membuktikan bahwa sedikit banyaknya *review* pada sebuah tidak menjamin seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hana Yoflike Mokodompit (2022) dan Elma Fiona, Zeshasina Rosha, (2022) yang menyatakan bahwa variabel *online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Implikasi yang berkenaan dengan teori *cash on delivery*. Penelitian ini telah membuktikan bahwa semakin mudahnya dan amannya fitur yang ditawarkan semakin tinggi pula mempengaruhi seseorang melakukan keputusan pembelian. hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilyana Asfarina Devi (2022) yang menyatakan bahwa variabel *cash on delivery* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.