

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan dari jawaban permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. *Live streaming* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop.
2. *Online customer review* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop.

#### **5.2 Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan didalam kesimpulan penelitian maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang tentunya bermanfaat bagi:

1. Manajemen tiktok shop diharapkan terus meningkatkan *live streaming* kepada pelanggan. Mengingat *live streaming* merupakan salah satu indikator yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tiktok shop tersebut. Semakin tinggi komitmen pihak manajemen dalam melakukan live maka keputusan pembelian pelanggan di tiktok shop semakin meningkat.
2. Manajemen tiktok shop diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan dengan cara memberikan

*online customer review* untuk setiap pelanggan dalam melakukan pembelian.

### **5.3 Saran**

1. Penelitian yang akan datang disarankan agar meningkatnya jumlah sampel pengguna tiktok shop sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
2. Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pengguna tiktok shop.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.