

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menurut hasil penelitian mampu ditarik kesimpulan, meliputi :

1. *Live streaming shopping* (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Skintific, sehingga hipotesis yang di ajukan terbukti.
2. *Price discount* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Skintific, dengan demikian hipotesis yang di ajukan terbukti.
3. Kepercayaan Konsumen (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk Skintific, dengan demikian hipotesis yang di ajukan terbukti.
4. *Live streaming shopping* (X1), *Price discount* (X2), dan Kepercayaan Konsumen (X3) dengan cara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific, oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hipotesis yang di ajukan terbukti.

5.2 Saran

Merujuk pada hasil penelitian, pembahasan, juga kesimpulan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan menulis dengan tema yang sama, dapat menambahkan variabel lainnya seperti content dan komunikasi persuasif.

Lalu, penelitian dapat dilakukan pada lingkup serupa mengenai *Live streaming shopping* secara lebih mendalam mengingat masih sedikitnya penelitian yang membahas tentang *Live streaming shopping*. Peneliti juga dapat meneliti tentang komunikator atau *Host* dalam *Live streaming shopping* suatu *brand*. Hal ini dikarenakan masih banyak variabel yang mungkin relevan dengan keputusan pembelian produk Skintific yang belum penulis cantumkan.

5.3 Keterbatasan Peneliti

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya fokus pada *Live streaming shopping*, *Price discount* dan Kepercayaan Konsumen, namun lebih dari itu, ada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Pengumpulan data melalui metode kuesioner, dimana dapat terjadi kemungkinan akan ketidak seriusan responden dalam pengisian kuisisioner. Hal ini dapat menghasilkan kualitas data yang kurang maksimal.
3. Subjek yang penelitian yang hanya di targetkan kepada mahasiswa Aktif Tahun 2020-2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
4. Jumlah responden penelitian ini yang hanya 102 orang.