

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil Pembahasan dan Penelitian yang diuraikan pada bab sebelumnya diperoleh beberapa kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. *Live streaming* tidak ada pengaruh terhadap pembelian produk The Originote melalui Shopee; dengan demikian, hipotesis tidak terbukti.
2. *Online customer review* berpengaruh signifikan pada pembelian produk "The Originote" melalui Shopee, membuktikan kebenaran hipotesis..
3. *Price discount* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk The originote melalui shopee, dengan demikian Hipotesis yang diajukan terbukti.
4. *Live streaming, Online Customer, dan Price Discount* secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk The Originote melalui shopee, dengan demikian hipotesis yang diajukan terbukti.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini membahas pengaruh live streaming, ulasan pelanggan online, dan diskon harga terhadap keputusan pembelian produk The

Originote melalui Shopee di Surabaya Barat. Disarankan penelitian selanjutnya mempertimbangkan variabel lain seperti kualitas produk, citra merek, dan desain produk untuk hasil yang lebih komprehensif dalam memahami keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi perusahaan

- a. *Live Streaming* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk the originote melalui shopee, oleh karena itu perusahaan The Originote perlu menggunakan cara lain untuk meningkatkan penjualan selain *Live Streaming*
- b. Perusahaan The Originote Perlu mempertahankan Kualitas Produk, Citra Merek, dan terus melakukan inovasi sehingga menghasilkan ulasan atau *review* positif dari konsumen agar mengalami peningkatan penjualan
- c. Perusahaan The Originote harus tetap melakukan pemotongan harga pada setiap produknya dalam waktu tertentu agar konsumen tidak beralih pada Merk lain yang mungkin akan memberikan potongan harga juga.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya fokus pada *Live streaming*, *Online customer review*, dan *price discount*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mungkin memengaruhi Keputusan Pembelian, tetapi belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Pengumpulan data melalui metode kuesioner, sehingga memungkinkan

3. terjadinya ketidak seriusan responden dalam mengisi kuesioner, sehingga dapat menyebabkan hasil yang kurang maksimal.
4. Jumlah responden penelitian ini yang hanya 88 orang.