

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka kesimpulan penelitian ini adalah:

1. *Live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Indikasi dari hasil tersebut yaitu apabila *Live streaming* Dbaim_shopee dapat menarik perhatian, memberikan jaminan transaksi yang lebih terpercaya, memberikan informasi yang jelas dan responsivitas *host* dengan baik, maka tingkat Minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan meningkat. Sebaliknya, *Live streaming* Dbaim_shopee gagal menarik perhatian konsumen, tidak memberikan jaminan transaksi yang terpercaya, tidak memberikan informasi secara jelas dan tidak responsivitas disaat sesi tanya jawab, maka tingkat minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan menurun.
2. *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Indikasi dari hasil tersebut adalah bahwa jika terdapat banyak *review* positif dari konsumen, maka tingkat Minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan meningkat. Sebaliknya, jika terdapat *review* negatif dari konsumen, maka tingkat minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan menurun.
3. *Influencer review* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Artinya adalah bahwa *influencer review* memberikan pengaruh positif, namun tidak signifikan, terhadap minat

beli produk Dbaim_shop di platform *E-commerce* Shopee. Ini berarti bahwa walaupun *influencer* dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli, dalam analisis statistiknya, dampaknya tidak cukup besar untuk dianggap signifikan. Indikasi dari hasil tersebut adalah bahwa jika terdapat banyak *review* positif dari *influencer* dengan informasi yang dapat dipercaya, maka tingkat Minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan meningkat. Sebaliknya, jika terdapat *review* positif dari *influencer* dengan informasi yang tidak dapat dipercaya, maka tingkat minat beli pada produk Dbaim_shop di *E-commerce* shopee akan menurun.

5.2 Saran

Skor jawaban terendah pada variabel *Live streaming* terdapat pada beberapa indikator, yaitu pada poin "Transaksi yang dilakukan saat *live streaming* Shopee Dbaim_shop terbukti aman," "Host Dbaim_shop menyampaikan informasi produk secara lengkap dan jelas selama *live streaming* di Shopee," "Host Dbaim_shop selalu menjawab pertanyaan saya pada saat *live streaming* di Shopee," "Live streaming Shopee Dbaim_shop membantu saya memahami penggunaan produk yang akan dibeli," dan "Dari *live streaming* di Shopee Dbaim_shop, saya dapat melihat bagaimana produk bisa menjadi solusi untuk masalah saya," masing-masing sebesar 4,3. Berdasarkan Skor jawaban terendah tersebut, ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen pada *live streaming* Shopee Dbaim_shop. Upaya yang dapat dilakukan mencakup perluasan kejelasan informasi produk yang disampaikan oleh *host*, peningkatan responsivitas dalam menjawab pertanyaan konsumen, meningkatkan pengetahuan *host* terhadap penggunaan produk yang dipromosikan, serta terus menekankan keamanan transaksi untuk mempertahankan tingkat kepercayaan yang tinggi. Dengan fokus pada perbaikan ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi konsumen dan meningkatkan efektivitas *live streaming* sehingga dapat menarik minat beli konsumen terhadap produk sepeda atau *spare part* sepeda di toko Dbaim_Shop.

Skor jawaban terendah pada variabel *Online Costomer review* terdapat pada beberapa indikator, yaitu pada poin "Saya membeli produk di Shopee Dbaim_shop setelah saya melihat *review* yang diberikan konsumen sebelumnya," "*Review* yang diberikan konsumen terkait produk di Shopee Dbaim_shop adalah jujur," dan "*Review* yang diberikan konsumen terkait produk di Shopee Dbaim_shop membantu saya untuk mendapatkan produk yang berkualitas," yang masing-masing sebesar 4,3. Berdasarkan Skor jawaban terendah tersebut, ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terkait *Online Costomer review* Shopee Dbaim_shop. Upaya yang dapat dilakukan mencakup peningkatan kualitas produk yang dipasarkan, memperhatikan kesesuaian antara produk yang dijual dengan produk yang dikirim ke konsumen, memperhatikan packaging dan keamanan dalam pengiriman, dan mendorong konsumen untuk memberikan *review* positif dengan memberikan garansi ataupun *Special Discounts*. Apabila terdapat *review* negatif dari konsumen, *seller* Shopee Dbaim_shop harus cepat merespon dan mengatasi permasalahan yang dikeluhkan konsumen, tindakan tersebut akan menunjukkan bahwa *seller* peduli dengan *feedback* konsumen dan berusaha meningkatkan kualitas layanan.

Skor jawaban terendah pada variabel *Influencer review* terdapat pada indikator Daya Tarik, yaitu pada poin "Penampilan fisik *influencer* mempengaruhi minat beli saya terhadap produk yang ditawarkan." sebesar 4,1. Berdasarkan Skor jawaban terendah tersebut, ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terkait *Influencer review* Shopee Dbaim_shop. Upaya yang dapat dilakukan mencakup pemilihan *influencer* yang sesuai dengan target pasar dan memiliki kredibilitas yang baik, mendorong *influencer* untuk memberikan ulasan yang jujur dan terbuka tentang produk yang dijual, dan melakukan evaluasi hasil kampanye secara teratur dan gunakan umpan balik konsumen untuk memperbaiki strategi *endorse* pada produk yang dipasarkan.