

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat diberi kesimpulan sebagai berikut:

1. Keinformatifan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Hiburan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
4. Keinformatifan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pemasaran afiliasi
5. Hiburan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pemasaran afiliasi
6. Kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap pemasaran afiliasi
7. Sikap Terhadap Pemasaran Afiliasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
8. Sikap terhadap pemasaran afiliasi dapat memediasi keinformatifan terhadap keputusan pembelian.
9. Sikap terhadap pemasaran afiliasi dapat memediasi hiburan terhadap keputusan pembelian.

10. Sikap terhadap pemasaran afiliasi dapat memediasi kredibilitas terhadap keputusan pembelian.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, implikasi dari penelitian ini yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Implikasi Manajerial

Keputusan pembelian merupakan salah satu cara perusahaan Shopee dalam meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen khususnya dengan strategi *affiliate marketing* Shopee dapat memberikan perhatian khusus terhadap afiliator sebagai mitranya . Seperti misalnya melakukan seleksi terhadap calon afiliator, sehingga shopee dapat bermitra dan memiliki seseorang afiliator yang kompeten dan bereputasi baik. Karena apabila seorang afiliator memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dapat dipercaya hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Hal yang harus diberi perhatian khusus oleh seorang afiliator dalam meningkatkan kualitas video kontennya antara lain adalah kualitas informasi yang diberikan, cara penyampaian, resolusi video yang ditampilkan dan faktor – faktor lainnya guna memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dipromosikan

Faktor lain yang dapat membantu perusahaan Shopee dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumennya adalah dengan memberikan potongan harga terhadap produk, meningkatkan intensitas promo gratis ongkir pada e-commerce Shopee dan dengan cara lain yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen serta dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

2. Implikasi Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk peneliti selanjutnya dengan melakukan pengembangan terhadap variabel independen dan juga variabel dependen lainnya yang memiliki potensi untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk di e-commerce Shopee dengan harapan penelitian yang akan datang lebih baik dari peneliti terdahulu.

C. Keterbatasan.

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu penyebaran kuesioner kurang tersebar secara merata, karena peneliti menyebarkan kuesioner hanya melalui berbagai media social.
2. Dalam penelitian ini juga menggunakan kriteria responden berdasarkan jenis kelamin. Dimana ditemukan bahwa jenis kelamin perempuan lebih sering melakukan belanja online daripada laki-laki.