

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berlandaskan pada hasil olah data yang saya lakukan menggunakan SPSS pada penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji statistik (t), ditemukan bahwa variabel promosi melalui promosi *Viral Marketing* memberikan pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian di marketplace shopee. Artinya, semakin sering shopee melakukan promosi melalui promosi *Viral Marketing*, semakin besar pula kemungkinan meningkatnya minat beli. Pemilihan cara promosi viral yang tepat, serta relevansi *Viral Marketing* dengan produk yang dipromosikan, juga menyanggah peranan dalam menarik minat beli konsumen.
- 2) Berdasarkan hasil uji statistik (t), variabel *online Customer Review* terbukti mengandung efek positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di marketplace shopee. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi *online Customer Review* yang disediakan oleh aplikasi shopee akan sejalan dengan peningkatan minat beli konsumen. Diantara alasan utama balik temuan ini adalah karena memungkinkan calon konsumen untuk mendapatkan informasi produk yang lebih jelas dari pembeli sebelumnya, yang memberi kesempatan untuk membandingkan dengan produk lain yang serupa.
- 3) Berdasarkan hasil uji statistik F, ditemukan bahwa variabel *Viral Marketing* dan *online Customer Review* secara bersamaan memberikan pengaruh positif dan signifikan pada minat beli konsumen di marketplace shopee, dengan kontribusi sebesar 53,2%. Hal ini berarti bahwa kedua variabel tersebut mempunyai peran yang cukup besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sementara sisa 46,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Oleh karena itu, marketplace perlu memanfaatkan kedua strategi ini secara optimal untuk mencapai hal utama, yaitu meningkatkan minat beli konsumen.

6.2 Saran

Sesuai temuan dan pembahasan yang telah disampaikan terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak terkait, sebagai berikut:

- 1) Untuk variable *viral marketing* supaya lebih ditingkatkan dengan menggunakan promosi *viral marketing* yang relevan dengan produk yang akan di promosikan. Agar kualitas produk yang di promosikan dapat tersampaikan dengan baik dan menarik perhatian konsumen lebih banyak lagi.
- 2) Untuk marketplace shopee, disarankan untuk mempertahankan *online customer review* di marketplace shopee yang sudah cukup populer di kalangan masyarakat. Selain itu, pihak shopee juga perlu menciptakan inovasi-inovasi terbaru agar dapat mengakomodasi keinginan dan ekspektasi pelanggan, guna menjaga daya saing dan relevansi produk dipasar.
- 3) Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, agar mempertimbangkan penambahan variabel lain yang mungkin memberikan pengaruh besar terhadap pengaruh meningkatkan minat beli, sehingga hasil penelitian dapat memberikan indeks lebih besar dan memberikan pandangan lebih menyeluruh perihal apa saja hal mempengaruhi minat beli konsumen. Selain itu, cukupan sampel dalam penelitian selanjutnya sebaiknya diperluas. Hal ini bertujuan untuk mendapat data lebih konkret dan representative.