

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel testimoni secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, maka kesimpulan ini menyatakan hipotesis pertama (H1) bahwa testimoni (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada marketplace Shopee.
2. Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, maka kesimpulan ini menyatakan hipotesis kedua (H2) bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada marketplace Shopee.
3. Variabel *viral marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, maka kesimpulan ini menyatakan hipotesis ketiga (H3) bahwa *viral marketing* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada marketplace Shopee.
4. Variabel testimoni, kualitas pelayanan, dan *viral marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, maka kesimpulan ini menyatakan hipotesis keempat (H4) bahwa testimoni (X1), kualitas pelayanan (X2), dan *viral marketing* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada marketplace Shopee.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian pengaruh testimoni, kualitas pelayanan, dan *viral marketing* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga diharapkan bagi Shopee untuk memperhatikan hal-hal

tersebut supaya keputusan pembelian pada marketplace Shopee terus meningkat.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, khususnya variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada marketplace Shopee guna untuk melengkapi hasil penelitian ini di masa depan, seperti : promosi, kepercayaan konsumen, dan *brand ambassador*.

