

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Affiliate Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Facetology di Shopee. Hal tersebut didasari oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien yang bertanda positif sehingga H1 diterima.
2. *Online Customer Review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Facetology di Shopee. Hal tersebut didasari oleh nilai signifikansi sebesar 0,024 dan nilai koefisien yang bertanda positif sehingga H3 diterima.
3. *Online Customer Rating* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Facetology di Shopee. Hal tersebut didasari oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien yang bertanda positif sehingga H3 diterima.
4. Kemampuan variabel independen yaitu *affiliate marketing*, *online customer review*, dan *online customer rating* dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 58,9%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Bagi penjual Facetology diharapkan untuk terus meningkatkan promosi melalui kerjasama dengan *affiliate marketing* pada *e-commerce* Shopee. Dengan banyaknya *online review* dan *online rating* yang baik maka dapat meningkatkan penjualan pada produk Facetology di Shopee .
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penambahan jumlah responden dan memperluas jangkauan populasi tidak hanya ditujukan pada Daerah Istimewa Yogyakarta agar data yang didapat lebih maksimal. Menambahkan variabel bebas lain yang diduga mampu memberi pengaruh pada variabel keputusan pembelian yaitu *brand trust*, harga, *product quality* dan *influencer credibility*.