



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai “pengaruh *personal selling* pada fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Hasil uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat pengaruh *personal selling* pada fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian, maka semakin *personal selling* ditingkatkan dapat meningkatkan keputusan pembeli oleh pengguna aplikasi fitur Shopee Live.
2. Hasil uji determinasi  $R^2$  menunjukkan nilai  $R^2$  0.352 yang artinya 35,2% *personal selling* pada fitur Shopee Live terhadap keputusan pembelian dan sisanya 64,8 % dipengaruhi faktor lain di luar variabel penelitian ini.

#### 5.2 Saran

Setelah memperoleh hasil penelitian serta kesimpulan, terdapat saran secara akademis dan praktis yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu

### **5.2.1 Saran Akademis**

Melalui penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa pengaruh dari *personal selling* terhadap keputusan pembeli hanya sebesar 35,2 persen. Mengikuti hal tersebut, diharapkan pada penelitian kedepannya dapat ditambahkan faktor maupun variabel X lain yang memiliki kontribusi pengaruh juga pada keputusan pembeli. Berikutnya, penelitian ini juga dapat diteliti secara kualitatif agar dapat mengetahui lebih dalam dan detail strategi *personal selling* yang digunakan aplikasi Shopee dalam usahanya mempertahankan maupun meningkatkan keputusan pembeli pelanggannya. Selain itu, dapat juga ditambahkan fokus penelitian kepada media promosi yang lain seperti Youtube, Facebook dan Instagram.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Pengaruh yang diberikan dari *personal selling* fitur Shopee Live ‘hanya’ sebesar 35,2 persen. Berarti, *personal selling* host Shopee lakukan harus dievaluasi dan terus dikembangkan agar dapat membuat para konsumen lebih puas dan nyaman untuk terus menggunakan fitur Shopee Live. Beberapa hal yang dapat dikembangkan contohnya seperti *approach* bagaimana host berpakaian dan bersikap ramah terhadap calon pembeli dan pembeli yang menyaksikan fitur Shopee Live, *presentation* pada dimensi ini host hendaknya belajar meningkatkan pengetahuan akan produk dan manfaat dari barang yang ditawarkan sehingga mampu meyakinkan konsumen Shopee Live, *handling objections* pada tahapan ini host hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan

kepada kebutuhan konsumen serta bagaimana host mampu menyelesaikan keluhan pelanggan secara baik, *closing* pada tahap ini host perlu meningkatkan diri dalam meyakinkan konsumen penonton Shopee Live untuk melakukan transaksi dengan strategi pemberian *giveaway* kepada penonton dan *follow up* merupakan tahapan terakhir dimana host dituntut mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, maka strategi yang dapat dilakukan dengan senantiasa menjaga komunikasi kepada pelanggan. Semua usulan peneliti dapat disesuaikan menurut kebiasaan dari para konsumen Shopee pada variabel *personal selling*.