

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan pengolahan data penelitian dengan metode Smart PLS dapat dilihat bahwa data *valid* dan *reliable*. Penelitian dilakukan untuk mengukur variabel *perceived usefulness*, *perceived entertainment*, *general self-efficacy*, *live streaming commerce*, *perceived value*, *flow*, dan *customer engagement*. Hasil penelitian sebagai berikut ini:

- H1: *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived value*.
- H2: *Perceived Entertainment* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*.
- H3: *General Self-Efficacy* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*.
- H4: *Perceived Entertainment* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived Usefulness*.
- H5: *General Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived Entertainment*.
- H6: *General Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *live streaming commerce*.
- H7: *Live streaming commerce* memiliki pengaruh negatif terhadap *perceived value*.
- H8: *Perceived value* memiliki pengaruh positif terhadap *customer engagement*.
- H9: *Live streaming commerce* memiliki pengaruh negatif terhadap *customer engagement*.
- H10: *Flow* memiliki pengaruh positif terhadap *customer engagement*.
- H11: *Customer engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *continuous watching*.
- H12: *Customer engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase*.

intention.

- H13: *Customer engagement* memiliki pengaruh positif terhadap *worth of mouth*

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya, peneliti memiliki beberapa saran yang bisa menjadi masukan untuk perusahaan dan peneliti berikutnya agar penelitian ini menjadi semakin baik.

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Melihat hasil penelitian, selama proses *live streaming* berlangsung Nivea Men dapat memberikan demo secara langsung atau memberikan tips sehingga penonton dapat memberikan tanggapan dan *live streaming* menjadi interaktif. Nivea Men juga dapat bekerjasama dengan konten kreator yang sedang viral dan memberikan *sneak-peak* mengenai *host live streaming* tersebut agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Nivea Men juga dapat berkolaborasi dengan brand lain yang dapat mendukung *exposure*. Nivea men juga dapat menggunakan fitur polling dan melibatkan konsumen selama *live* berlangsung. Sebelum melakukan *live streaming* Nivea Men dapat membuka polling mengenai topik terkini. Nivea Men juga dapat mengundang para ahli agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Nivea Men juga perlu untuk selalu mencatat jumlah penonton, *traffic*, topik, dan karakteristik penonton.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Sehingga peneliti memiliki saran untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Peneliti berikutnya dapat lebih mengeksplorasi lebih lanjut tentang variabel *perceived entertainment* dan *perceived usefulness*. Karena, dalam penelitian ini angka *adjusted R Square* pada kedua variabel tersebut dibawah 50%.
2. Peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih dalam tentang target pasar Nivea Men.

Seperti: Membandingkan jumlah viewers sebelum dan sesudah dilakukannya promosi.

3. Peneliti selanjutnya dapat membandingkan dengan *live streaming* platform lain seperti (Youtube dan Shopee,).
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan dan mengikuti prosedur penyebaran kuesioner dengan lebih baik, detail, dan variatif seperti ke komunitas.