

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} (14.179) > F_{tabel} (3,093)$. Dengan deminikian, H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu live streaming (X1), content marketing (X2), dan online customer review (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian di Ceilo Official.
2. Variabel *Live Streaming* (X1) memiliki nilai signifikansi 0.003 yang lebih kecil dari batas 0,05 dan thitung sebesar 3.079 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1.986 ($3.079 > 1.986$). oleh karena itu, variabel live streaming berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Variabel *Content Marketing* (X2) memiliki nilai signifikansi 0.003 yang lebih kecil dari batas 0,05 dan thitung sebesar 3.012 yang lebih besar dari ttabel sebesar 1.986 ($3.012 > 1.986$). oleh karena itu, variabel content marketing berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Variabel *Online Customer Review* (X3) memiliki nilai signifikansi 0.487 yang lebih besar dari batas 0,05 dan thitung sebesar -0.697 yang lebih

kecil dari ttabel sebesar 1.986 ($-0.697 < 1.986$). oleh karena itu, variabel Online Customer Review tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait. Berikut adalah beberapa rekomendasi dari penulis:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang administrasi bisnis, serta dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini sebaiknya dijadikan sebagai sarana pembelajaran yang diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan membantu dalam pemahaman lebih mendalam mengenai aplikasi dan teori-teori yang telah dipelajari.
3. Ceilo Official sebaiknya terus meningkatkan kualitas *live streaming*, *content marketing* dan *online customer review* untuk meningkatkan keputusan pembelian bagi konsumen.