

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti yang dimana penulis menganalisis terkait *Content Marketing* sebagai variabel X1, *E-Marketing* sebagai variabel X2, Keputusan Pembelian sebagai variabel Y dan *Live Streaming* sebagai variabel Z sehingga peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut ini :

1. *Content Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *Live Streaming* TikTok
2. *E-Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Live Streaming* TikTok
3. *Content Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian di TikTok
4. *E-Marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di TikTok
5. *Live Streaming* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian di TikTok
6. *Live Streaming* mampu memediasi *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian secara signifikan di TikTok
7. *Live Streaming* mampu memediasi *E-Marketing* terhadap Keputusan Pembelian secara signifikan di TikTok

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik lagi. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya 108 responden dari instrumen kuesioner berdasarkan persepsi jawaban responden melalui pra-survei dan survei sampel secara online melalui tanpa dilengkapi dengan wawancara untuk memperkuat data penelitian yang tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pernyataan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan membuat hasilnya kurang akurat
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh *content marketing*, *e-marketing*, terhadap keputusan pembelian melalui *live streaming*. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka saran yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sample yang lebih banyak. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
- b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
- c. Diharapkan adanya variabel lain yang mungkin juga mempengaruhi banyak hal dalam penelitian ini

2. Bagi Seller

- a. Diharapkan adanya penelitian ini mampu memberikan *insight* bagi seller dalam meningkatkan penjualan melalui *live streaming*
- b. Penelitian ini tidak dapat dijadikan acuan dikarenakan teknologi dan fitur TikTok yang selalu berkembang
- c. Meningkatkan voucher diskon toko agar menjadi center dalam persaingan dalam TikTok