

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada variabel *celebrity endorsment* dan *social media marketing* yang mempengaruhi keputusan belanja *online*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil pengujian secara simultan diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *Celebrity Endorsment* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Belanja *Online* pada mahasiswa di Kota Banjarmasin. Hal ini karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel atau nilai sig. < 0.05. Sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
2. Hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil *Celebrity Endorsment*, dan *Social Media Marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Belanja *Online* pada mahasiswa di Kota Banjarmasin. Hal ini karena dari hasil analisis linier berganda pada variabel *celebrity endorsment*, dan *social media marketing* diperoleh nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan hendaknya lebih selektif dalam memilih selebriti yang digunakan untuk mengiklankan produk. Selain itu, untuk tim *marketer* sebaiknya melakukan upaya komunikasi yang baik, seperti memberikan informasi menarik, membalas komentar atau menjawab pertanyaan konsumen, tidak lupa juga untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan belanja online seperti keamanan dan kualitas produk.
2. Bagi konsumen khususnya mahasiswa di Kota Banjarmasin, agar terus memperhatikan reputasi toko *online* dan pastikan bahwa mereka memiliki kebijakan pengembalian yang jelas. Selain itu, membandingkan harga dan kualitas produk dari beberapa toko online sebelum memutuskan untuk membeli, dan tidak lupa juga untuk memperhatikan biaya pengiriman dan waktu pengiriman produk.
3. Bagi akademis dan peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan sebuah bahan referensi untuk kegiatan mengajarnya atau pun penelitiannya. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan mampu meneliti dengan mengembangkan variabel lain yang berkaitan dengan penelitian ini, serta diharapkan menggunakan model penelitian lain yang lebih variatif.