

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penjabaran yang ada dari bab 1 sampai bab 4 Peneliti dapat menyimpulkan:

1. *Influencer* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *online e-commerce* Shopee di kota Batam dan hipotesis satu ditolak.
2. Citra merek memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *online e-commerce* Shopee di kota Batam dan hipotesis dua diterima.
3. Gaya hidup memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *online e-commerce* Shopee di kota Batam dan hipotesis tiga diterima.
4. *Influencer*, citra merek dan gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *online e-commerce* Shopee di kota Batam dan hipotesis empat diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat saran yang diberikan untuk penelitian yang akan datang antara lain:

1. Diharapkan untuk penelitian berikutnya Penulis menyarankan untuk mengembangkan jenis penelitian ini dengan menggunakan variabel – variabel lain seperti *brand community*, nilai pelanggan, *customer satisfaction* dan *word of mouth* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Diharapkan untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan objek yang berbeda selain dari *e-commerce* Shopee.
3. Penelitian ini hanya disebarakan kepada responden yang ada dikota Batam saja sehingga jumlah sampel belum bisa mewakili seluruh konsumen secara keseluruhan, diharapkan untuk penelitian berikutnya bisa menjangkau responden lebih luas lagi.