

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Jika didasarkan pada hasil penelitian yang telah dijabarkan, dengan demikian didapati beberapa kesimpulan, diantaranya :

1. *Influencer Marketing* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Blibli.com di Kota Batam.
2. Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Blibli.com di Kota Batam.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Blibli.com di Kota Batam.
4. *Influencer Marketing*, Citra Merek, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Blibli.com di Kota Batam.

5.2 Saran

Jika didasarkan dari kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran dari peneliti, diantaranya :

1. Penelitian ini dapat menjadi rujukan oleh peneliti berikutnya untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan melakukan penambahan faktor dan variabel tambahan yang memiliki kaitan dengan Keputusan Pembelian.
2. Hasil penelitian ini memiliki tujuan untuk membantu menambah ilmu pengetahuan manajemen pemasaran terkait *influencer marketing*, citra merek, dan kepercayaan.