

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

1.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini ingin mengetahui apakah pengaruh *Content Marketing*, *Elektronik Word of Mouth*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Melalui *Online Shop* Shopee (Studi Pada Akun Shopee *88stuffs*). Adapun hasil yang didapat setelah menyelesaikan penelitian dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk melalui platform belanja online Shopee pada akun *88stuffs*
2. Variabel *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk melalui platform belanja online pada akun *88stuffs*
3. Variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk melalui platform belanja online Shopee pada akun *88stuffs*

5.2 Rekomendasi

Hasil kesimpulan yang merupakan gabungan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh *Content Marketing*, *Electronict Word of Mouth*, dan Persepsi Harga pada Keputusan Pembelian barang melalui platform online Shopee, dengan fokus pada akun Shopee *88stuffs*. Maka dapat peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya :

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meningkatkan hasil penelitian, peneliti berikutnya dapat menambahkan atau mengembangkan variabel tambahan selain variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut yakni seperti variabel yang dapat memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, seperti variabel yang telah digunakan oleh peneliti yakni : variabel *content marketing*, *electronic word of mouth*, dan persepsi harga.

