

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Viral Marketing* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision* produk scarlett whitening di *e-commerce* shopee pada mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah Gresik.
2. *Online Customer Review* berpengaruh Positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision* produk scarlett whitening di *e-commerce* shopee pada mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah Gresik.
3. *Customer Trust* berpengaruh Positif namun tidak signifikan terhadap *Purchase decision* produk scarlett whitening di *e-commerce* shopee pada mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah Gresik.

5.2 Rekomendasi

1. Bagi Perusahaan
 - a. Sebagaimana hasil dari penelitian ini bahwa Variabel *Online Customer Review* (X_2) memiliki pengaruh paling tinggi terhadap *Purchase Decision* Mahasiswa pengguna Scarlett Whitening di Shopee, sehingga perusahaan di rekomendasikan untuk tetap menjaga serta meningkatkan kualitas pada produk Scarlett Whitening supaya pelanggan bisa memberikan review yang baik untuk produk Scarlett Whitening terjual di Shopee yang mampu meningkatkan keputusan pembelian Mahasiswa.

b. Hasil penelitian ini bahwa Variabel *Viral Marketing* (X_1) memiliki pengaruh terhadap *Purchase Decision* Mahasiswa pengguna Scarlett Whitening di Shopee, sehingga perusahaan dapat direkomendasikan untuk senantiasa mempertahankan dan memperluas ide-ide kreatif untuk bisa menciptakan *viral marketing* yang terbaru.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan untuk mengkaji kembali variabel bebas yang signifikan serta memperbanyak jumlah variabel dan sampel agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Hal ini disebabkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 67,5% sehingga terdapat faktor lain sebesar 32,5% yang mempengaruhi *Purchase Decision* (keputusan pembelian) namun tidak diteliti oleh peneliti seperti variabel kemanan, kemudahan, kualitas layanan serta harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.