BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh influencer, konten media sosial, dan online review terhadap keputusan pembelian marketplace pada generasi milenial di Kabupaten Semarang, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel influencer berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian marketplace pada generasi milenial di Kabupaten Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa rekomendasi dan promosi yang disampaikan oleh influencer mampu membentuk kepercayaan dan mendorong konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.
2. Variabel konten media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian marketplace pada generasi milenial di Kabupaten Semarang. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten promosi di media sosial terbukti secara langsung memengaruhi keputusan pembelian dengan didukung oleh faktor lain.
3. Variabel online review berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian marketplace pada generasi milenial di Kabupaten Semarang. Ulasan konsumen sebelumnya menjadi sumber informasi penting dalam menilai kualitas dan kredibilitas produk sebelum melakukan pembelian.

4. Berdasarkan hasil analisis, konten digital merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian marketplace pada generasi milenial di Kabupaten Semarang dibandingkan dengan variabel lainnya.

5.2. Saran

1. Bagi Pelaku Marketplace

   Pelaku marketplace diharapkan dapat lebih memaksimalkan strategi pemasaran melalui influencer yang memiliki kredibilitas, kepercayaan, dan kesesuaian dengan produk yang dipromosikan. Selain itu, pengelolaan online review perlu diperhatikan dengan menjaga kualitas produk dan pelayanan agar memperoleh ulasan positif dari konsumen.

2. Bagi Perusahaan atau Penjual Online

   Penjual di marketplace disarankan untuk tidak hanya berfokus pada pembuatan konten media sosial, tetapi juga memperhatikan kualitas interaksi dengan konsumen serta mendorong konsumen untuk memberikan ulasan setelah melakukan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, memperluas objek penelitian, serta menggunakan jumlah responden yang lebih besar agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik.