

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh algoritma TikTok dan live streaming terhadap keputusan pembelian pada TikTok Shop di Kecamatan Tembilahan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Algoritma TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin relevan dan menarik konten yang ditampilkan oleh algoritma TikTok, maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Algoritma berperan dalam menarik perhatian dan membangun minat konsumen melalui personalisasi konten.
2. Live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas live streaming, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen. Interaksi langsung, penyampaian informasi secara real-time, serta demonstrasi produk menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian.
3. Algoritma TikTok dan live streaming secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel tersebut saling melengkapi, di mana algoritma berperan dalam menarik perhatian, sedangkan live streaming berperan dalam meyakinkan konsumen hingga akhirnya melakukan pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

4. Live streaming merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien beta yang lebih besar dibandingkan algoritma TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi langsung dan kepercayaan memiliki peran yang lebih kuat dalam mendorong keputusan pembelian dibandingkan hanya paparan konten.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual di TikTok Shop

Penjual disarankan untuk lebih memaksimalkan penggunaan fitur live streaming sebagai strategi utama dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, penjual juga perlu membuat konten yang menarik dan relevan agar dapat dioptimalkan oleh algoritma TikTok sehingga menjangkau lebih banyak konsumen.

2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat lebih bijak dan selektif dalam melakukan pembelian di TikTok Shop, serta tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau tampilan produk tanpa mempertimbangkan kualitas dan kebutuhan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, kepercayaan, atau brand image agar dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian juga dapat



dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih besar atau pada wilayah yang berbeda.

5.3 Penutup

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam memahami pengaruh algoritma media sosial dan live streaming terhadap perilaku konsumen dalam era digital. Dengan semakin berkembangnya platform seperti TikTok Shop, strategi pemasaran digital yang tepat menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.