



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *streamer's credibility* memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen.
2. Variabel *media richness* memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen.
3. Variabel *interactivity* tidak memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen.
4. Variabel *streamer's credibility* memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap niat beli.
5. Variabel *media richness* tidak memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap niat beli.
6. Variabel *interactivity* memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap niat beli.
7. Variabel kepercayaan konsumen tidak memiliki pengaruh langsung positif yang signifikan terhadap niat beli.

B. Saran

Saran-saran berikut didasarkan pada temuan penelitian yang disajikan pada bab sebelumnya:

1. Mengenai kepercayaan konsumen terhadap produk, perusahaan Skintific dalam praktik *live streaming*-nya disarankan untuk dapat terus memberikan informasi secara berkala melalui penyiar atau *host live streaming* yang memiliki persona



kredibel. Penyampaian informasi ini berguna bagi audiens untuk mengumpulkan pengetahuan mengenai produk dan akhirnya membangun kepercayaan terhadap produk.

2. Mengenai niat beli terhadap produk, perusahaan Skintific disarankan untuk dapat meningkatkan *interactivity* pada *live streaming* antara audiens dengan *streamer*, serta audiens dengan audiens lain. Terlebih lagi, perusahaan juga disarankan untuk dapat terus memotivasi audiens untuk saling memberikan pendapat mengenai produk pada kolom komentar *live streaming*. Hal ini dikarenakan audiens lebih mempertimbangkan pendapat dan saran dari orang lain (*streamer* dan audiens lain) dibandingkan penilaian pribadinya saat membangun niat beli terhadap produk.
3. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat meneliti pengaruh dimensi-dimensi *live streaming* dalam pembentukan kepercayaan konsumen dan niat beli produk lain, seperti pakaian dan kosmetik yang memiliki sifat produk yang berbeda dengan *skincare*, serta telah banyak memanfaatkan *live streaming* sebagai sarana mempromosikan produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.