

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan *affiliate marketing* yang tersebar di media sosial X dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada aplikasi belanja online Shopee. Hasil perhitungan yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat pengaruh antara terpaan iklan *affiliate marketing* terhadap keputusan pembelian nilainya sebesar 45,8%.

Penelitian ini juga selaras dengan asumsi teori *advertising exposure* yang mengatakan bahwa paparan iklan akan menimbulkan minat yang akan menggiring audiensnya pada keinginan menggunakan produk yang diiklankan. Teori ini membantu peneliti dalam melihat eksposur yang dikemas dalam konten *affiliate marketing* yang ada pada media sosial X, berhasil memengaruhi sikap audiens untuk menggunakan produk yang diiklankan dalam konten tersebut. Dalam praktiknya di media sosial X, isi konten *affiliate marketing* yang berkontribusi besar dalam memengaruhi sikap audiens adalah terdapat banyak pilihan produk, informasi mengenai kualitas produk, serta media pendukung berbentuk visual yang ada pada konten tersebut.

#### 5.2 Saran

Dari hasil temuan dan analisis yang sudah dilakukan pada penelitian dengan judul “Pengaruh *Affiliate marketing* pada Media Sosial X dengan Keputusan Pembelian di Platform Shopee” terdapat beberapa saran yang bisa dilakukan:

##### 5.2.1 Saran Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa indikator yang mendapatkan nilai tinggi dan disetujui adalah pernyataan yang mengatakan bahwa produk rekomendasi dari affliator yang banyak variasi, adanya informasi mengenai kualitas produk, dan adanya visualisasi produk. Dari hal ini, peneliti menyarankan kepada pihak yang melakukan praktik *affiliate*

*marketing* agar membuat konten yang memuat banyak pilihan produk disertai dengan foto-foto produk agar bisa menarik perhatian audiens yang terpapar iklan konten *affiliate marketing*. Selain itu, bentuk konten *affiliate marketing* yang menekankan pada *review*, sebaiknya dikemas menggunakan bahasa yang familiar dan dapat dipahami oleh audiens. Selain itu, banyak juga yang menyetujui bahwa pembelian produk biasanya dilakukan ketika ada tawaran diskon atau ketika tanggal *payday sale*. Dari fakta ini, affiliator sebaiknya mengambil kesempatan dengan menyebarkan konten promosi *affiliate marketing* mendekati waktu-waktu tersebut.

2. Bagi sebuah *brand* yang menjual produk pada aplikasi belanja online di Shopee, *affiliate marketing* bisa menjadi pilihan untuk melakukan promosi, karena berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa praktik promosi ini berpengaruh secara signifikan. Cara yang bisa dilakukan adalah dengan mengajak individu-individu yang melakukan praktik *affiliate marketing* membentuk komunitas dengan tujuan untuk bekerja sama mempromosikan produk yang dimiliki oleh *brand*.

### 5.2.2 Saran Teoritis

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai komunikasi pemasaran dengan variabel yang serupa menggunakan teori komunikasi yang lain dan penggunaan teknik analisis yang berbeda.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian terkait variabel serupa dengan fokus terhadap jenis produk yang berbeda dari apa yang sudah dilakukan pada penelitian ini.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjangkau sampel yang lebih besar agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas.