

BAB V

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kelengkapan informasi, akurasi informasi, kepercayaan *streamer*, dan *streamer attractiveness* terhadap *perceived persuasiveness* yang dialami oleh penonton Shopee Live. Dalam menguji hipotesis peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan menggunakan metode eksperimen dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

5.1 Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh positif antara kelengkapan informasi (X1) dan akurasi informasi (X2) terhadap *perceived persuasiveness* (Y) yang dialami oleh responden. Temuan ini dapat diinterpretasikan bahwa *perceived persuasiveness* (Y) yang dialami oleh responden ketika menonton Shopee Live tidak diproses melalui jalur *central*.
2. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara kepercayaan *streamer* (X3) dan *streamer attractiveness* (X4) secara bersamaan terhadap *perceived persuasiveness* (Y) yang dialami oleh responden. Temuan ini dapat diinterpretasikan bahwa *perceived persuasiveness* (Y) yang dialami oleh responden ketika menonton Shopee Live diproses melalui jalur periferal.

5.2 Limitasi Penelitian

Dalam pelaksanaannya penelitian ini telah berupaya untuk memastikan keseimbangan sampel yang representatif. Untuk mencapai tujuan penelitian, pengujian hipotesis dilakukan dengan pengukuran dan teknik statistik yang dianggap sesuai. Namun, dalam proses penelitian terdapat beberapa keterbatasan yang ditemukan:

1. Penelitian ini menggunakan *oneshot experimental* untuk mengetahui efek dari *treatment* yang diberikan, sehingga terdapat keterbatasan bagi peneliti untuk mengetahui perbedaan kondisi awal yang dimiliki responden.
2. Penggunaan *oneshot experimental* menjadikan penelitian ini tidak dapat digeneralisir pada kelompok di luar penelitian hal ini karena tidak terdapat kelompok kontrol.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian sebelumnya, peneliti menyadari keterbatasan dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat terkait pengaruh kelengkapan informasi, akurasi informasi, kepercayaan *streamer*, dan *streamer attractiveness* terhadap *perceived persuasiveness* yang dialami penonton Shopee Live, yaitu:

1. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa *perceived persuasiveness* yang dialami oleh responden ketika menonton rekaman Shopee Live diproses melalui jalur periferal. Hal tersebut dikonfirmasi karena terdapat pengaruh

secara simultan antara kepercayaan *streamer* dan *streamer attractiveness* terhadap *perceived persuasiveness* yang dialami oleh responden.

2. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan *streamer* dan *streamer attractiveness* terhadap *perceived persuasiveness* yang dialami responden dapat menjadi referensi bagi praktisi untuk mempersuasi penonton secara optimal ketika melaksanakan *live selling* dengan memperhatikan aspek *streamer*.
3. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara kelengkapan informasi dan akurasi informasi terhadap *perceived persuasiveness* yang dialami responden, hal ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk meneliti variabel selain kelengkapan dan akurasi informasi yang termasuk dalam *central route* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *perceived persuasiveness*.