

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak jumlah upload, jumlah subscriber, dan jumlah tayangan video terhadap jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia. Berdasarkan analisis data, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Jumlah upload tidak memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia. Kemungkinan penyebabnya adalah konten yang kurang menarik dengan durasi yang panjang, kurangnya optimasi SEO, dan tingginya persaingan di platform e-commerce.
- 2) Subscriber memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia. Kemungkinan penyebabnya adalah efek bola salju, kepercayaan dan kredibilitas channel, serta loyalitas subscriber.
- 3) Jumlah tayangan video memiliki dampak positif terhadap jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia. Kemungkinan penyebabnya adalah popularitas video, rekomendasi YouTube, dan algoritma YouTube.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti konten yang menarik, kepercayaan pengguna, dan popularitas video memainkan peran penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung *e-commerce* di Indonesia.

#### **5.2.Saran**

##### **5.2.1 Saran Bagi Channel *E-commerce***

Meskipun dalam penelitian ini tidak menemukan dampak yang pasti antara jumlah upload terhadap jumlah pengunjung *e-commerce* di Indonesia, namun tidak berarti jumlah *upload* tidak penting. Youtuber harus belajar memahami *trend* yang sedang terjadi antara kualitas dan kuantitas *konten*. *Mengupload konten* berkualitas tinggi secara konsisten akan mampu membantu dalam mempertahankan dan menumbuhkan audiens.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk youtuber *e-commerce* di Indonesia :

1. Meningkatkan kualitas konten yang diunggah: Buatlah konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan minat target pasar.
2. *Optimasi SEO* untuk video yang diunggah: Gunakan kata kunci yang relevan dalam judul, deskripsi, dan tag video.
3. Meningkatkan jumlah *subscriber*: Lakukan promosi *channel Youtube* di *media sosial, website, dan platform* lainnya.
4. Meningkatkan *engagement* dengan *subscriber*: Lakukan interaksi dengan *subscriber* melalui komentar, *live streaming, dan media sosial*.
5. Memanfaatkan fitur promosi Youtube: Gunakan fitur iklan Youtube dan youtube short untuk menjangkau lebih banyak target pasar.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan penemuan peneliti, beberapa saran dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya :

1. Penelitian ini hanya mengkaji dampak tiga variabel terhadap jumlah pengunjung. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji variabel lain yang mungkin memiliki dampak, seperti jenis konten, waktu *upload*, dan platform media sosial yang digunakan untuk promosi.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu platform *e-commerce*. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa pada platform *e-commerce* lain untuk mengetahui apakah hasil penelitiannya konsisten.
3. Sebelumnya, penelitian ini berfokus pada banyak *e-commerce* untuk penelitian selanjutnya disarankan berfokus pada satu *e-commerce* dengan meneliti fitur iklan di platform youtube terhadap jumlah pengunjung *e-commerce* di Indonesia.