

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

1.1 Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai gambaran dari pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya, bahwa nilai rata-rata 87,31% menunjukkan SEO berada pada kategori sangat baik dilihat berdasarkan tabel 3.2 yaitu klasifikasi TCR atau tingkat capaian responden menurut Sugiyono (2018). Sedangkan nilai rata-rata 86,96% menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian berada pada kategori sangat baik dilihat berdasarkan tabel 3.2 yaitu klasifikasi TCR atau tingkat capaian responden menurut Sugiyono (2018).
2. Sebanyak 68,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor *search engine optimization*, Sedangkan sisanya sebanyak 31,2% dipengaruhi oleh faktor lain contohnya *social media marketing* dan iklan berbasis internet. *Search engine optimization* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan hasil uji t. Didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,432 > 2,060$ artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *search engine optimization* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya.

1.2 Implikasi

Beberapa implikasi hasil penelitian tentang pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya yaitu faktor *search engine optimization* masih rendah sehingga dapat berimplikasi pada rendahnya keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya.

Jika *search engine optimization* tidak diperbaiki dan ditingkatkan maka keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya tidak akan meningkat. Terdapat dimensi dari SEO yang perlu ditingkatkan yaitu *on page* terutama pada indikator struktur konten.

1.3 Rekomendasi

Beberapa rekomendasi yang dapat diajukan peneliti dalam penelitian terkait pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Dimensi yang sangat efektif dari variabel SEO adalah dimensi *off page* (optimasi di luar halaman website) terutama terkait indikator *backlink* yang dapat membuat website semakin berkualitas dan banyak dikunjungi. Cara mempertahankan mendapatkan *backlink* yaitu dengan berteman dengan situs berkualitas supaya mendapatkan *backlink* yang berkualitas. Sedangkan dimensi yang perlu ditingkatkan pada variabel SEO adalah *on page* terutama terkait dengan indikator struktur konten. Upaya-upaya yang perlu dilakukan adalah struktur konten harus dibuat sederhana agar mudah dipahami oleh pengunjung.
2. Dimensi yang sangat efektif dari variabel keputusan pembelian adalah dimensi metode pembayaran. Cara mempertahankan dimensi metode pembayaran ini harus memperbanyak pilihan metode pembayaran yang sering digunakan oleh pembeli supaya memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi. Sedangkan dimensi yang perlu ditingkatkan dari keputusan pembelian adalah pilihan penyalur terutama pada indikator lokasi distribusi produk. Upaya-upaya yang perlu dilakukan adalah pindah lokasi distribusi produk supaya mudah dijangkau oleh konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen misalnya iklan berbasis internet. Selanjutnya peneliti menyarankan untuk meneliti perusahaan di bidang yang berbeda, seperti industri makanan, travel, dan layanan kesehatan. Disarankan juga untuk memperbanyak sampel dan memperluas cakupan wilayah penelitian.