

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah penelitian diatas, maka disimpulkan bahwa hasil hipotesis pada kesimpulan akhir yakni :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari hasil $2,851 > 1,984$ antara daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Maka hipotesis pertama dapat diterima.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari hasil $2,897 > 1,984$ antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Maka hipotesis kedua dapat diterima.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari hasil $2,851 > 1,984$ antara promosi terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Maka hipotesis ketiga dapat diterima.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari hasil $95,878 > 3,09$ antara daya tarik iklan, kaulitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Maka hipotesis keempat dapat diterima.

5.2 Saran

Sebuah upaya memberikan saran bagi perusahaan untuk dapat menghasil tujuan yang maksimal, yakni:

1. Diharapkan *e-commerce* Shopee dapat meningkatkan daya tarik iklan yang lebih menarik dibandingkan competitor lainnya, agar konsumen dapat menetapkan pilihan pembeliannya.
2. Disarankan bagi *e-commerce* Shopee untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang hendak diberikan kepada konsumen agar mendapatkan penilaian yang baik dan pemberian keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.
3. Disarankan kepada *e-commerce* Shopee untuk dapat mengatur strategi promosi yang lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya maka penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan dengan variabel lainnya.