

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisa serta penjabaran yang sudah dibahas, disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee.
4. Kualitas produk, promosi, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan serta simpulan yang dijelaskan, saran yang bisa disebutkan terkait penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, supaya bisa menambah ataupun mengganti variabel independen yang lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain yang digunakan dalam penelitian ini dengan maksud supaya dijadikan referensi yang banyak serta bermanfaat dimasa mendatang. Variabel yang dapat ditambahkan misalnya seperti penentuan harga, citra merek, kemudahan, persepsi resiko dan kepuasan pelanggan yang diduga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, supaya memperluas data yang digunakan, misalnya dengan mengganti dan mengambil objek penelitian yang lainnya. Agar diantara penelitian ini dan penelitian selanjutnya dapat dijadikan referensi tambahan atau bahan pembanding bagi penelitian lainnya yang ingin mengetahui terkait keputusan pembelian.
3. Diharapkan pada penelitian selanjutnya, agar memperbanyak jumlah data dan jumlah sampel penelitian. Misalnya dengan memperluas cangkupan lokasi penelitian ataupun melakukan

penelitian pada *marketplace* lainnya seperti Lazada, Blibli, Tokopedia dan lainnya yang bisa memperbanyak jumlah data dan jumlah sampel penelitian.

4. Diharapkan Shopee dapat berfokus pada pengaruh kualitas produk, promosi dan kepercayaan karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.