

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk, iklan, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di Shopee, antara lain :

1. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.
2. Variabel iklan memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.
3. Variabel persepsi konsumen memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.
4. Variabel kualitas produk, iklan, dan persepsi konsumen berpengaruh secara silmutan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, maka peneliti memberikan saran dan peneliti mengharapkan saran ini dapat membantu atau bermanfaat.

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tolak ukur untuk melakukan pertimbangan terhadap penelitian mengenai variabel kualitas produk, iklan, persepsi konsumen dan keputusan pembelian.

2. Penetapan harga dan pascapembelian konsumen lain merupakan elemen yg penting pada persepsi konsumen, jadi saran bagi penjual ialah menetapkan harga sesuai dengan produk tawaran dan memberi layanan yg semaksimal mungkin bagi setiap pembeli agar tertanam reputasi baik bagi konsumen. Dengan adanya reputasi baik dibenak konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.