

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah diketahui hasil penelitian dan pembahasan maka dapat dibuatkan simpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Iklan ulasan produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa iklan ulasan produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 46,6%.
2. Keamanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa keamanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 12,6%.
3. Iklan ulasan produk dan keamanan secara simultan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa iklan ulasan produk dan keamanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 77,9%

5.2 Saran

Setelah diketahui simpulan maka dapat dibuatkan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Tokopedia agar dapat meningkatkan iklan ulasan produk, dengan cara membuat suatu iklan yang menarik dengan penjelasan yang

lengkap agar konsumen dapat terdorong serta dapat melakukan keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.

2. Diharapkan kepada Tokopedia agar dapat meningkatkan keamanan, dengan cara memberikan jaminan keamanan data konsumen agar konsumen dapat terdorong serta dapat melakukan keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia.
3. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat memperluas hasil penelitian dengan cara menambahkan jumlah variabel bebas serta dapat menambahkan jumlah sampel yang digunakan, agar hasil penelitian dapat lebih menarik serta lebih bervariasi.