

## **BAB V**

### **SIMPULA DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee di Kota Batam” maka diperoleh kesimpulan yang dapat penulis ambil yaitu:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data yang peneliti lakukan maka didapatkan bukti bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui Shopee di Kota Batam.
2. Berdasarkan hasil dari analisis data yang peneliti lakukan maka didapatkan bukti bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui Shopee di Kota Batam.
3. Berdasarkan hasil dari analisis data yang peneliti lakukan maka didapatkan bukti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui Shopee di Kota Batam.
4. Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah peneliti lakukan maka didapatkan bukti bahwa promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui Shopee di Kota Batam.

## 5.2 Saran

Sesuai dengan kesimpulan yang telah penulis sampaikan diatas, maka penulis dapat mengambil beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan yaitu:

1. Kepada pihak Shopee diharapkan dengan dilakukannya penelitian pada promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan dapat meningkatkan jumlah pembelian melalui Shopee dan dapat dilakukan pengevaluasian terkait promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan agar Shopee mampu bersaing dengan *e-commerce* lain.
2. Terkait dengan penelitian ini, diharapkan mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pembaca perihal pengaruh promosi, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian, serta mampu memperluas ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang manajemen.
3. Diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya dapat diberi tambahan variabel lainnya seperti: kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain sebagainya yang mampu mempengaruhi tingkat keputusan pembelian dengan lebih maksimal lagi.