

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Shopee kota Batam.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Shopee kota Batam.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Shopee kota Batam.
4. Iklan, kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna e-commerce Shopee kota Batam.

5.2 Saran

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

1. Di harapkan penelitian selanjut nya, supaya bisa menambahkan ataupun mengganti variabel independen lainnya yang memengaruhi keputusan pembeliannya selain yang di gunakan pada penelitiannya ini dengan maksud supaya dijadikan referensi yang banyak serta bermanfaat dimasa mendatang.

Variabel yang dapat ditambahkan misalnya seperti penentuan harga, citra merek, persepsi resiko dan kepuasan pelanggan. Sebab variabel tersebut juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembeliannya seorang konsumen.

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 bisa di jadikan referensi tambahan atau sumber acuan pembandingan 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 cakupan lokasi penelitian ataupun melakukan penelitian pada *marketplace* lainnya seperti Lazada, Blibli, Tokopedia dan lainnya yang bisa memperbanyak jumlah data dan jumlah sampel penelitian.