

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang berkaitan dengan pengaruh promosi, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* Shopee, maka dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee. Berdasarkan t hitung 4,441 > t tabel 1,98 dengan signifikan 0,000 < 0,05
2. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee. Berdasarkan t hitungnya 2,290 > t tabel 1,98 dan nilai sig 0,024 < 0,05
3. Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee. Berdasarkan t hitungnya 2,901 > t tabel 1,98 dan nilai sig 0,005 < 0,05
4. Promosi, kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee. Berdasarkan f hitungnya 36,866 > f tabel 2,70, dan nilai sig 0,000 < 0,05

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas mengenai pengaruh promosi, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* shopee, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Melalui peneltian ini semoga bisa menjadi sumber ilmu dan pengetahuan yang baru terkait masalah promosi, kualitas produk dan citra merek serta keputusan pembelian yang melibatkan objek *e-commerce* salah satunya adalah Shopee. Peneliti memberikan kesempatan bagi peneliti lain untuk bisa menggunakan hasil ini sebagai pedoman baru sehingga pengaplikasian teori dalam penelitian ini bisa berguna untuk proses pembelajaran.

2. Bagi shopee

- Promosi yang dijalankan oleh Shopee masih perlu ditingkatkan, seperti cashback Koin Shopee. Koin Shopee yang dimiliki pelanggan tidak dapat digunakan sepenuhnya untuk berbelanja.
- Shopee harus dapat memberikan produk yang berkualitas agar konsumen tetap setia kepada Shopee, serta memastikan konsistensi kualitas dan pelayanan yang diberikan agar konsumen tidak kecewa dengan Shopee di kemudian hari.
- Hendaknya pihak manajemen lebih meningkatkan citra merek dari aplikasi Shopee agar aplikasi Shopee menjadikan merek yang mudah dikenal oleh kalangan pengguna situs belanja online, dengan cara membuat desain logo yang menarik, melakukan kampanye iklan dan promosi berkelanjutan,

menggunakan laman media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna, bekerjasama dengan influencer.