

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian berjudul pengaruh kepercayaan, kemudahan dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Atomy di kota Batam, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kepercayaan pembelian produk atomy tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Kemudahan pembelian produk atomy berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Promosi produk atomy berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Kepercayaan, kemudahan dan promosi bersama-sama mempunyai pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan diatas, sehingga peneliti ingin menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Pada variabel kepercayaan peneliti menyarankan kepada pihak perusahaan atomy indonesia dapat memberikan motivasi serta dukungan guna memaksimalkan proses penjualan produk pada member yang melakukan penjualan, pada variabel kemudahan peneliti menyarankan pihak Atomy

Indonesia meningkatkan kemudahan dalam mengakses aplikasi atomy, sehingga memberikan rasa nyaman kepada member saat berbelanja pada aplikasi, serta pada variabel promosi peneliti menyarankan pihak Atomy Indonesia rutin mengadakan promosi pada aplikasi guna menarik minat member agar aplikasi lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memutuskan membeli produk pada aplikasi android.

2. Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel independen lainnya selain kepercayaan, kemudahan serta promosi yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian serta pembaharuan dengan cara menambahkan jumlah sampel, meneliti objek kepercayaan berfokus pada penjual.
3. Peneliti menyarankan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi bahan referensi dan pembelajaran untuk peneliti selanjutnya guna melaksanakan penelitian serupa pada masa yang akan datang.