

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam. Hal ini didapatkan dari t hitung 3,024 lebih besar dari t tabel (1,9719) dan *Sig.* 0,003 lebih kecil dari taraf signfikansi 0,05.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam. Hal ini didapatkan dari t hitung 8,909 lebih besar dari t tabel (1,9719) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari taraf signfikansi 0,05.
3. Kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Bukalapak di Kota Batam. Hal ini didapatkan dari t hitung 4,585 lebih besar dari t tabel (1,9719) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari taraf signfikansi 0,05.
4. Citra merek, kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didapatkan dari f hitung 111,647 lebih besar dari f tabel (2,65) dan *Sig.* 0,000 lebih kecil dari taraf signfikansi 0,05.

5.2 Saran

Pada hasil penelitian dan pembahasan serta simpulan yang telah diuraikan sebelumnya sehingga peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Kepada Bukalapak diharapkan untuk dapat meningkatkan citra merek pada perusahaan dengan cara menambahkan fitur-fitur pada aplikasi yang menarik agar dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian.
2. Kepada Bukalapak diharapkan untuk dapat memperhatikan terhadap kualitas produk yang dijual dengan cara memeriksa kembali produk sebelum dikirim serta memberikan packing produk yang aman agar produk tidak rusak sehingga hal tersebut dapat memberikan jaminan terhadap kualitas produk yang dijual.
3. Kepada Bukalapak diharapkan untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik lagi serta dapat menanggapi komplain yang diberikan konsumen sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengembangkan hasil penelitian dalam keputusan pembelian dengan cara menambahkan jumlah responden serta meneliti di suatu perusahaan yang berbeda agar hasil penelitian dapat beragam serta dapat lebih menarik.