

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah penulis paparkan sebelumnya maka ditarik kesimpulan:

1. Citra merek ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee.
2. Kualitas produk tidak ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee.
3. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee.
4. Citra merek, kualitas produk dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang peneliti dapatkan, maka peneliti memberikan saran semoga saran tersebut bermanfaat:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat topik yang serupa agar menambah variabel lain diluar dari citra merek, kualitas produk dan kepercayaan, karena pada dasarnya banyak variabel lin yng mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan objek penelitian

yang berbeda selain dari *e-commerce* shopee.

3. Citra merek yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian seseorang, para penjual di *e-commerce* shopee harus memiliki kejujuran dan memberikan keamanan kepada setiap konsumen pada saat bertransaksi supaya konsumen tidak mengalami kerugian sehingga tingkat kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian semakin meningkat dan kualitas produk harus lebih ditingkatkan guna untuk meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.