

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Dalam penelitian yang sudah dilakukan dan dijelaskan diatas ada beberapa kesimpulan yang harus dipaparkan :

1. Promosi tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi bukalapak di kota Batam.
2. Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi bukalapak di kota Batam.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi bukalapak di kota Batam.
4. Promosi, Citra Merek, Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna aplikasi bukalapak di kota Batam.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang sudah dipaparkan, ini adalah saran yang mampu peneliti sampaikan :

1. Pada penelitian tersebut diatas, variabel Promosi (X1), Citra Merek (X2) dan kepercayaan (X3) memberikan pengaruh sebesar 49.4% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sedangkan sisanya 50.6% dipengaruhi oleh variabel luar dan tidak masuk kedalam penelitian ini.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah referensi, memperluas fokus, dan memperkenalkan faktor-faktor baru untuk temuan yang lebih relevan.