

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari analisis dan pemaparan yang sudah diulas, sejumlah kesimpulan yang dapat dikemukakan di antaranya:

1. Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.
2. Citra merek secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan pembelian di Shopee.
3. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.
4. Promosi, Citra Merek, dan Persepsi Konsumen secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee.

5.2 Saran

Dari hasil yang dipaparkan dalam pembahasan beserta kesimpulan yang sudah disampaikan, maka saran yang dapat peneliti kemukakan di antaranya yaitu:

1. Dalam penelitian yang diadakan berikutnya, disarankan untuk bisa memanfaatkan referensi yang paling bermanfaat ke depannya untuk menambahkan atau menggantikan variabel bebas lainnya yang memengaruhi keputusan pembelian, daripada yang dipergunakan pada penelitian ini.

2. Diterapkan agar dapat meluaskan pengetahuan yang diaplikasikan dalam penelitian berikutnya, contohnya yaitu mengganti dan mengambil objek penelitian lain. Sehingga antara penelitian ini dengan penelitian selanjutnya dapat dipergunakan sebagai bahan rujukan tambahan yang berguna bagi peneliti lain yang berkeinginan untuk menggali banyak informasi yang ada keterkaitannya dengan kinerja karyawan.

3. Dianjurkan untuk mempertambah jumlah data ataupun sampel yang dipergunakan dalam penelitian. Contohnya, cakupan lokasi penelitiannya diperluas atau dengan menjalankan riset di perusahaan lain, yang memungkinkan untuk menambahkan jumlah datanya ataupun sampelnya.