

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Word of Mouth* (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Tokopedia. Hal ini dibuktikan dengan $4,027 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$ serta tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar $<0,001$.
2. Gaya Hidup (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Tokopedia. Hal ini dibuktikan dengan $3,884 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$ serta tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar $<0,001$.
3. Citra Merek (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Tokopedia. Hal ini dibuktikan dengan $5,387 (t_{hitung}) > 1,984 (t_{tabel})$ serta tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar $<0,001$.
4. *Word of Mouth* (X_1), Gaya Hidup (X_2) dan Citra Merek (X_3) secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *e-commerce* Tokopedia. Hal ini dibuktikan dengan $92,342 (F_{hitung}) > 2,70 (F_{tabel})$ serta tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar $<0,001$.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Pihak *seller* yang ada pada *e-commerce* Tokopedia untuk lebih meningkatkan pemberian informasi yang lebih lengkap dan detail terkait dengan produk-produk yang dijual atau ditawarkan sehingga konsumen dapat dengan lebih mudah memahami dalam memahami produknya sehingga tertarik untuk mengambil keputusan pembelian.
2. Pihak *seller* yang ada pada *e-commerce* Tokopedia lebih memperhatikan gaya hidup konsumen sehingga produk dan pelayanan yang diberikan tepat sasaran dan sesuai dengan apa yang dikehendaki dan dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga konsumen memiliki minat untuk melakukan survei terhadap produk-produk yang dijual atau ditawarkan.
3. Pihak *seller* yang ada pada *e-commerce* Tokopedia berusaha untuk meningkatkan terciptanya kesan yang baik dengan melakukan perbaikan kualitas produk, meningkatkan kualitas pelayanan baik sebelum pembelian, saat pembelian dan sesudah pembelian, serta memberikan respon yang baik dan cepat kepada calon pembeli atau pembeli yang membutuhkan bantuan sehingga konsumen merasa dapat memercayai pihak *seller*.
4. Pihak *seller* atau pemilik merek suatu produk pada *e-commerce* Tokopedia untuk lebih meningkatkan citra yang lebih baik terkait merek produk yang dijual atau ditawarkan sehingga calon pelanggan bersedia untuk melakukan keputusan pembelian.

5. Untuk para peneliti selanjutnya disarankan untuk meningkatkan penelitian ini menjadi lebih baik lagi dengan memperluas variabel juga jangkauan sampel sehingga data yang diterima lebih beragam.