

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai perolehan riset yang telah diteliti, simpulan dari peneliti ialah :

1. Variabel Kualitas produk (X1) dengan parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Lazada di Kota Batam.
2. Variabel Citra merek (X2) dengan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Lazada di Kota Batam.
3. Variabel Kepercayaan (X3) dengan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Lazada di Kota Batam.
4. Variabel kualitas produk (X1), citra merek (X2) dan kepercayaan (X3) dengan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Lazada di Kota Batam.

5.2 Saran

Sesuai simpulan yang diperoleh, saran dari peneliti ialah :

1. Perolehan nilai koefisien determinasi yakni 0,611 (61,1%) dari variabel bebas dan sisanya 0,389 (38,9%) dari variabel diluar riset. Diharapkan adanya penambahan variabel guna memberikan dampak pada keputusan pembelian yang diteliti pada riset berikutnya.
2. Riset diharapkan bisa berkontribusi dalam pengembangan wawasan didalam manajemen pemasaran, terkhususnya terkait kualitas produk, citra merek dan kepercayaan.