

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Terdapat kesimpulan akhir yang peneliti rangkum sebagai berikut :

1. Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Nilai Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
4. Kualitas Produk, Citra Merek dan Nilai Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen e-commerce Lazada Kota Batam.

5.2 Saran

Kesimpulan dari penelitian ini mencakup hal-hal berikut:

1. Peneliti dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian lanjutan yang memasukkan faktor dan variabel lain yang berkaitan atau berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen.

2. Hasil penelitian ini bertujuan dapat membantu penulis dan pembaca mendapatkan lebih banyak informasi.
3. Pemahaman manajemen pemasaran tentang bagaimana kualitas produk, citra merek, dan nilai pelanggan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.