

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Penelitian ini menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia di Kota Batam. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi tidak hanya oleh harga, tetapi juga oleh promosi yang menarik, kualitas produk yang sesuai ekspektasi, dan citra merek yang positif.

Promosi berperan penting dalam menarik minat beli, dengan penawaran seperti diskon dan cashback yang efektif meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk juga menjadi faktor dominan, di mana konsumen lebih cenderung membeli produk yang memiliki daya tahan dan kualitas yang terjamin. Selain itu, citra merek yang positif mampu membangun kepercayaan konsumen, mengurangi risiko yang dirasakan, dan meningkatkan kemungkinan transaksi. Secara keseluruhan, kombinasi ketiga faktor ini menciptakan pengalaman belanja yang optimal, yang penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan di platform e-commerce seperti Tokopedia.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh promosi, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Tokopedia, beberapa

saran untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan pengalaman konsumen adalah sebagai berikut:

1. **Strategi Promosi yang Tepat Sasaran**

Pelaku usaha perlu merancang strategi promosi yang efektif dengan memperhatikan: Waktu, frekuensi, dan jenis promosi yang tepat, seperti diskon, cashback, atau bundling. Penggunaan data konsumen untuk menyusun promosi yang lebih personal agar lebih relevan dan menarik.

2. **Menjaga Konsistensi Kualitas Produk**

Untuk meningkatkan keputusan pembelian, penting untuk: Menjaga kualitas produk secara konsisten. Memberikan deskripsi produk yang akurat dan foto yang jelas. Mendorong ulasan positif yang dapat memengaruhi kepercayaan konsumen.

3. **Memperkuat Citra Merek yang Positif**

Citra merek yang baik dapat dibangun melalui: Konsistensi kualitas produk dan layanan pelanggan yang baik. Komunikasi yang transparan dan responsif. Pemanfaatan teknologi seperti AI, chatbot, dan AR untuk meningkatkan pengalaman belanja yang efisien dan interaktif. Menawarkan program loyalitas untuk mendorong pembelian berulang dan meningkatkan retensi konsumen.

Secara keseluruhan, integrasi strategi promosi yang efektif, kualitas produk yang tinggi, dan citra merek yang kuat, serta kolaborasi dengan platform e-

commerce akan membantu menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan, terpercaya, dan inovatif bagi konsumen di Tokopedia.