

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand Image* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tokopedia di Kota Batam.
2. Inovasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tokopedia di Kota Batam.
3. Kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tokopedia di Kota Batam.
4. *Brand Image* (X1), Inovasi (X2), dan Kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Tokopedia di Kota Batam.

5.2 Saran

1. Bagi Tokopedia

Berdasarkan hasil penelitian, *brand image*, inovasi, dan kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia di Kota Batam. Maka sebaiknya hasil dari penelitian ini dapat diterapkan oleh Tokopedia untuk mengembangkan kinerja dan strategi bisnis. Tokopedia diharapkan mempertahankan dan meningkatkan *brand image*

karena dengan *brand image* yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga membuat terjadinya keputusan pembelian. Untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan mampu bersaing dalam persaingan *e-commerce* yang ketat Tokopedia juga harus melakukan inovasi-inovasi yang strategis dan juga harus meningkatkan sistem keamanan yang salah satunya diwujudkan dengan menjaga kerahasiaan data privasi konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan dapat mengembangkan model penelitiannya dengan menggunakan variabel lain yang dapat memperlihatkan hubungan antar variabel dengan menggunakan aspek lainnya agar dapat meneliti secara mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.