

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Kendala yang timbul terkait citra merek, *E-WOM*, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Bukalapak menjadi inti perhatian dalam studi ini. Temuan ini bermaksud agar menganalisis sejauh mana aspek-aspek itu memengaruhi tingkat keputusan pembelian masyarakat dalam menggunakan aplikasi Bukalapak. Menurut temuan yang dilakukan pada citra merek, *E-WOM*, dan kepercayaan, diperoleh hasil yang relevan pada rumusan masalah yang telah diajukan, yakni

1. Citra merek memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Bukalapak. Terbukti dengan nilai t hitung sebesar $2,167 > t$ tabel yaitu $1,984984$, serta signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$.
2. *E-WOM* terbukti memberi dampak signifikan serta positif terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Bukalapak. Didukung oleh nilai t hitung $3,636$ yang $>$ dari t tabel sebesar $1,984984$, serta signifikansi $0,001 < 0,05$.
3. Kepercayaan memberikan kontribusi yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Bukalapak. Poin ini dinyatakan pada nilai t hitung sebesar $2,643 > t$ tabel sebesar $1,984984$, serta signifikansi senilai $0,010 < 0,05$.

4. Citra merek, *E-WOM* dan kepercayaan terbukti berdampak yang signifikan dan relevan terhadap keputusan pembelian pada *E-commerce* Bukalapak. Temuan ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar $31,045 > F$ tabel sebesar 2,70, serta nilai signifikansi $0,001 <$ dari 0,05.

5.2 Saran

Saran penelitian terkait penggunaan aplikasi Bukalapak, yang dapat dipertimbangkan:

1. Untuk Bukalapak

Perusahaan sebaiknya memperbaiki sejumlah aspek yang berpotensi mengurangi kepuasan pengguna. *Pertama*, perlu diatasi permasalahan keterlambatan dalam pengiriman produk agar layanan menjadi lebih tepat waktu dan andal. *Kedua*, evaluasi terhadap kualitas informasi produk perlu dilakukan agar lebih jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh pengguna. Selain itu, Bukalapak disarankan untuk meningkatkan stabilitas sistem guna mencegah terjadinya error secara tiba-tiba. Proses pembayaran yang masih rumit juga perlu disederhanakan agar lebih efisien, serta respons terhadap keluhan pengguna harus ditingkatkan agar lebih cepat dan efektif. Dengan langkah-langkah perbaikan ini, diharapkan tingkat kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap *E-commerce* Bukalapak dapat semakin meningkat sehingga mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat pada *E-commerce* Bukalapak.

2. Untuk pengguna

Pengguna disarankan untuk memeriksa dengan teliti informasi produk, harga, dan ulasan sebelum melakukan pembelian. Pilih metode pembayaran yang aman

dan segera laporkan keluhan melalui layanan pelanggan untuk penanganan yang cepat.

3. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup studi dengan melibatkan lebih banyak indikator yang memengaruhi keputusan pembelian. Sebagai tambahan, penelitian lanjutan dapat dilaksanakan menggunakan metode yang berbeda atau di daerah yang lebih luas untuk memperoleh temuan yang representatif.