

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian telah disimpulkan menjadi beberapa kesimpulan yaitu:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Shopee.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Shopee.
3. Persepsi Konsumen berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Shopee.
4. Promosi, Kualitas Produk, dan Persepsi Konsumen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, disarankan bagi pelaku usaha khususnya brand Wardah dan mitranya di Shopee untuk memperkuat strategi promosi yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi segmen konsumen. Selain itu, penting untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk dengan memastikan kesesuaian antara deskripsi, gambar, dan produk fisik yang diterima konsumen, serta melakukan kontrol ketat terhadap penjual non-resmi. Persepsi konsumen terhadap platform dan produk dapat ditingkatkan melalui edukasi, transparansi informasi, serta pelayanan pelanggan yang responsif. Shopee juga sebaiknya menyediakan fitur yang

mendorong pembeli untuk memberikan ulasan jujur dan mendetail guna membantu calon konsumen dalam mengambil keputusan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan konsumen, brand image, atau harga agar mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam e-commerce.