

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan serta pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada merchant TikTok
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada merchant TikTok
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan dan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian pada merchant TikTok
4. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi keamanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada merchant TikTok

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan Kesimpulan diatas, adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha (Penjual di TikTok Shop)

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha yang memasarkan produknya melalui TikTok Shop disarankan untuk lebih memperhatikan kualitas produk

yang ditawarkan. Hal ini penting karena kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produk yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan sehingga berpotensi menciptakan pembelian ulang. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memastikan sistem transaksi yang aman agar konsumen merasa nyaman dalam melakukan pembelian. Menjaga reputasi dan kepercayaan konsumen juga perlu diperhatikan melalui pelayanan yang responsif serta penyampaian informasi produk yang jujur dan transparan.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dari jumlah variabel maupun ruang lingkup pembahasannya. Oleh karena itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, ulasan pelanggan, atau kemudahan akses aplikasi guna mendapatkan hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, disarankan juga untuk menggunakan metode penelitian campuran (mix method) atau pendekatan kualitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian melalui platform TikTok Shop.