

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Dinyatakan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* di Shopee Mall.
2. Temuan kedua Kualitas Produk pengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada *E-commerce* di Shopee Mall.
3. Pada variabel Kepercayaan terbukti positif dan signifikan memengaruhi Keputusan Pembelian pada *E-commerce* di Shopee Mall.
4. Dari semua variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian pada *E-commerce* di Shopee Mall.

5.2 Saran

Penulis menawarkan rekomendasi untuk kemajuan lebih lanjut berdasarkan kesimpulan yang disebutkan sebelumnya, sebagai berikut:

1. Pihak shopee disarankan meningkatkan pengawasan terhadap kualitas produk yang di jual di platform-nya, khususnya yang menggunakan label Shopee Mall atau *Star Seller*. Penurunan kepercayaan akibat produk tidak sesuai deskripsi, adanya barang palsu, dan rating yang tidak valid dapat merusak citra merek Shopee secara keseluruhan.

2. Penjual diharapkan lebih jujur dan transparan dalam memberikan deskripsi produk serta mengutamakan kualitas produk yang dijual. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian berulang.
3. Konsumen harus lebih cermat dalam membaca deskripsi produk, meninjau ulasan dari pembeli lain, serta memilih penjual dengan reputasi baik sebelum melakukan transaksi di shopee mall. Hal ini dapat meminimalkan resiko ketidaksesuaian produk dan membantu membuat keputusan pembelian yang tepat.
4. Bagi peneiliti selanjutnya, penelitian ini hanya terbatas pada wilayah kota batam dan platform shopee mall. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan platforme-commerce, serta menambahkan variabel lain atau mengurangi variabel independennya.