

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Serangkaian hasil yang telah diidentifikasi sebelumnya menghasilkan suatu simpulan yang memiliki bobot penting, yang dalam bagian berikut akan diuraikan:

1. *Word of mouth* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
4. *Word of mouth*, kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.

5.2 Saran

Penjabaran mendalam atas saran yang telah timbul dari hasil penelitian akan dikemukakan pada bagian yang tersedia berikut:

1. Untuk memanfaatkan pengaruh *word of mouth* secara optimal, Pixy sebaiknya meningkatkan strategi pemasaran berbasis komunitas dan ulasan *online*. Hal ini dapat dilakukan dengan menggandeng *influencer* atau pelanggan yang sudah puas untuk membagikan pengalaman mereka secara lebih luas di *platform* Tiktok *Shop*. Selain itu, perusahaan dapat memberikan suatu insentif kepada konsumen untuk memberikan ulasan positif yang lebih terlihat dan terjangkau

oleh calon pembeli lainnya. Menjalin hubungan yang kuat dengan pelanggan setia dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam *word of mouth* dapat meningkatkan kredibilitas merek dan memperluas jangkauan produk.

2. Untuk memanfaatkan pengaruh pada peningkatan kualitas produknya, Pixy sebaiknya berfokus pada pengujian produk secara menyeluruh, baik dari segi formula maupun kemasan, harus dilakukan secara berkelanjutan. Memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai bahan-bahan yang digunakan serta manfaat dari produk dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas yang ditawarkan. Selain itu, memberikan pengalaman penggunaan yang memuaskan dan hasil konsisten dapat memperkuat dan meningkatkan kepuasan para pelanggan, yang pada gilirannya akan berpengaruh positif pada keputusan pembelian di masa mendatang.
3. Untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen, Pixy perlu menekankan pada komunikasi yang jujur dan juga transparan mengenai proses produksi. Membangun hubungan yang personal dengan para konsumen melalui layanan pelanggan yang responsif dan menjaga konsistensi kualitas produk akan memberikan rasa aman bagi konsumen dalam memilih produk. Selain itu, upaya membangun kepercayaan juga dapat diperkuat dengan menghadirkan sertifikasi atau pengakuan yang membuktikan bahwa produk tersebut aman dan memenuhi standar. Hal ini akan semakin memperkuat kepercayaan konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian terhadap merek Pixy.
4. Untuk studi lanjutan di masa mendatang, disarankan agar lingkup penelitian diperluas dengan menyertakan berbagai variabel independen tambahan yang

relevan. Pendekatan ini tidak hanya akan memperkaya perspektif analisis, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk mengungkap faktor determinan lainnya yang sebelumnya belum teridentifikasi dalam riset ini. Dengan memasukkan variabel baru, diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika yang membentuk keputusan pembelian konsumen dalam *e-commerce*. Penambahan tersebut akan memperluas kontribusi teoretis sekaligus meningkatkan nilai praktis dari temuan penelitian.