

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil seluruh analisis yang sudah dibuat dalam judul pengaruh kualitas produk, kepercayaan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk pakaian secara online di Kota Batam, kesimpulannya ialah:

1. Kualitas produk pakaian pada *e-commerce* Shopee membuktikan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini diamati dari hasil t hitung $1.340 < t$ tabel 1.982 dan $\text{sig } 0,183 > 0,05$.
2. Kepercayaan pada produk pakaian pada *e-commerce* Shopee menentukan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan hasil t hitung $3.738 > t$ tabel 1.982 dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$.
3. *Brand image* pada produk pakaian pada *e-commerce* Shopee berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan hasil t hitung $5.590 > t$ tabel 1.982 dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$.
4. Kualitas produk, kepercayaan dan *brand image* secara bersamaan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian pada *e-commerce* Shopee. Dibuktikan F hitung $85.913 > F$ tabel $2,69$ dengan $\text{sig } 0,000 < 0,05$.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian ini, maka saran yang bisa penulis berikan, yaitu:

1. Keputusan pembelian dijabarkan oleh kualitas produk, kepercayaan dan *brand image* sebesar 70% sisanya 30% dijelaskan oleh variabel lain.
2. Peneliti berharap pengkajian berikutnya sanggup menambahkan variabel independen lain selain variabel kualitas produk, kepercayaan dan *brand image* yang tentunya memengaruhi variabel dependen keputusan pembelian serta hasil penelitian ini dipakai sebagai acuan dan perbandingan guna melangsungkan penelitian serupa dimasa mendatang.