

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis serta pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan :

1. Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee
2. Citra Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee
3. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee
4. Berdasarkan dari hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) 0,649 atau 64,9% artinya variabel kemudahan, citra merek, dan promosi sanggup menjelaskan pengaruh keputusan pembelian sebesar 64,9% terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan 35,1 % dijelaskan oleh variable lain yang tidak termasuk dalam riset ini.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian :

1. Bagi Perusahaan

- a) Berlandaskan dari riset, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee. Perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan pelayanan terhadap konsumen, khususnya dari segi kemudahan dalam mengakses situs dan proses pembayaran sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan saat berbelanja *online* di Shopee.
- b) Berlandaskan hasil riset, variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee. Perusahaan harus mempertahankan citra merek Shopee yang sudah dibangun serta dapat mengadakan kegiatan sosial, agar citra merek Shopee menjadi semakin dikenal baik.
- c) Berlandaskan hasil riset, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee. Oleh karena itu, apabila perusahaan terus memberikan promosi disetiap bulan, konsumen akan semakin tertarik berbelanja *online*, sebab konsumen akan merasa mendapatkan banyak keuntungan yang diperoleh dengan adanya promosi yang diberikan.