KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand trust* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Tokopedia
2. Promosi penjualan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang pada *marketplace* Tokopedia

B. Saran

Adapun saran sebagai berikut :

Dari hasil penyebaran kuisioner mengenai variabel *brand trust*, diketahui bahwa rata – rata dari 100 responden sangat setuju terhadap *brand trust* dari Tokopedia, maka dari itu Tokopedia dapat mempertahankan *brand trust* yang sudah dinilai baik oleh konsumen.

Dari hasil penyebaran kuisioner mengenai variabel promosi penjualan, diketahui bahwa rata – rata dari 100 responden sangat setuju terhadap promosi penjualan dari Tokopedia, maka dari itu Tokopedia dapat mempertahankan alat promosi penjualanya untuk menjadi strategi yang baik dalam meningkatkan penjualan.