



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah diadakan serta sudah diuji melalui ketentuan yang sudah disesuaikan. Untuk itu, hasil yang sudah didapatkan akan ditarik kesimpulannya serta saran-saran yang berguna untuk penelitian berikutnya dan pihak yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

A. Kesimpulan

Berlandaskan hasil analisis yang sudah diadakan, maka disimpulkan diantaranya:

1. Responden setuju bahwa kualitas layanan, kepercayaan merek dan persepsi harga pada aplikasi shopee kategori fashion pria sudah baik dan responden berada posisi yang sangat amat nyaman sehingga memutuskan untuk melakukan pembelian berulang.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee kategori fashion pria.
3. Kepercayaan Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee kategori fashion pria
4. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee kategori fashion pria

B. Saran

1. Untuk perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas layanan, kepercayaan merek dan persepsi harga untuk semua kategori pada aplikasi Shopee yang sudah baik namun disarankan untuk selalu meningkatkannya karena kualitas layanan,



- kepercayaan merek dan persepsi harga selalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian agar dapat mempertahankan konsumen yang sudah mempercayai Shopee. Untuk kualitas layanan bisa dengan meningkatkan dari segi teknologinya dan meningkatkan pelayanan dalam mengatasi permasalahan konsumen. Untuk kepercayaan merek dapat ditingkatkan dengan bekerja sama dengan brand-brand ternama agar dapat membuka toko official pada Shopee sehingga konsumen semakin mudah dan tertarik berbelanja pada Shopee. Untuk harga dapat diberikan promo potongan ongkir tidak hanya pada tanggal tertentu namun pada tiap minggu tanpa adanya minimum pembelian agar konsumen merasa harus membeli kebutuhannya tanpa memikirkan ongkos kirim yang mahal.
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 2. Bagi Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel bebas lain seperti promosi, kualitas produk, gaya hidup dan lain-lain, dikarenakan hasil penelitian ini masih bisa diberi pengaruh oleh variabel lain. Penelitian ini pun terbatas.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.