



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data penelitian yang didapatkan, peneliti menarik kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Efektivitas promosi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat disimpulkan dari dasar hasil analisis data yang menyatakan bahwa tidak terbukti efektivitas promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, meskipun demikian efektivitas promosi sudah dikatakan baik.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk sudah dikatakan baik.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan kualitas layanan sudah dikatakan baik.

#### B. Saran

1. Bagi Perusahaan
  - a. Efektivitas promosi yang dilakukan sudah baik namun belum berpengaruh secara langsung, penulis menyarankan shopee dapat melakukannya dengan lebih mengembangkan inovasi, kreatifitas dan menarik agar terjadi keputusan pembelian dari konsumen secara langsung.
  - b. Kualitas produk yang dimiliki oleh shopee rata-rata sudah baik sehingga perlu dipertahankan dan dijaga dengan baik saat ini maupun masa mendatang sehingga konsumen tetap melakukan pembelian di shopee

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.

dibanding platform lainnya.

c. Kualitas layanan yang baik dapat menjadi salah satu hal yang perlu dilakukan agar konsumen berkeinginan membeli produk, kualitas layanan yang diberikan oleh shopee dapat dikatakan baik, dengan fitur, daya tanggap, keandalan dan hal lainnya yang harus terus dilakukan dengan baik sehingga keputusan pembelian meningkat.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap ketika ingin meneliti variabel keputusan pembelian pada penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan atau menambahkan variabel baru seperti citra merek, harga dan variabel lainnya agar mendukung penelitian selanjutnya lebih baik dan bermanfaat bagi perusahaan, peneliti dan pembaca.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

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.