



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pembahasan adalah:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk HK Group di *Marketplace* Shopee, dengan kata lain Kualitas Layanan berperan penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.
2. Efektivitas Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk HK Group di *Marketplace* Shopee, dengan kata lain Efektivitas Promosi berperan penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan penyajian kesimpulan, penulis mengemukakan beberapa poin saran dengan penuh keterbatasannya, di mana penulis mengharapkan saran tersebut bisa memberikan bantuan untuk peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian yang relevan dan lebih mendalam. Adapun saran yang dibuat oleh penulis bagi peneliti berikutnya yaitu:

1. Peneliti berikutnya dapat melanjutkan dan mengembangkan variable lain seperti variable penghasilan, profesi, usia, jenis kelamin, dan lain-lain
2. Peneliti berikutnya sebaiknya melakukan penelitian di lokasi yang lain sehingga bisa memperoleh informasi yang spesifik di wilayah yang diteliti tersebut

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.



3. Berdasarkan hasil dari rata-rata yang tertera diatas pada variabel kualitas layanan, diketahui bahwa pada variabel X1.5 memiliki nilai rata-rata terendah yaitu 4,45, maka dari itu peneliti menyarankan agar HK Group bisa memberikan perhatian extra kepada konsumen yang memiliki keluhan agar lebih ditingkatkan lagi dengan cara meningkatkan *after sales servicenya* dan pada variabel efektivitas promosi diketahui X2.2 memiliki nilai rata-rata terendah yaitu 4,44, maka dari itu peneliti menyarankan sebaiknya perusahaan memperbaiki pesan promosi *broadcastingnya*, misalnya memberikan diskon apabila membeli secara langsung ketika diadakan *broadcasting* , supaya customer tertarik untuk membeli produk tersebut dan pada variabel keputusan pembelian diketahui Y.4 memiliki nilai rata-rata terendah yaitu 4,41, oleh karna itu peneliti menyarankan agar HK Group memikirkan cara agar konsumen dapat membeli produk HK Group lebih dari satu kali seperti diadakannya diskon untuk kedua.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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