

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis terhadap data menggunakan *Partial Least Square (PLS)* mengenai pengaruh promosi penjualan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee, maka dibuat kesimpulan yaitu :

Promosi penjualan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin banyak promosi penjualan yang dilakukan oleh Shopee maka keputusan pembelian jagan akan mengalami peningkatan.

Pada variabel kemudahan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin mudah fitur yang disediakan oleh Shopee maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

Pada variabel kepercayaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya semakin baik fasilitas keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh Shopee maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk memberikan keyakinan pengguna bahwa bertransaksi lewat Shopee akan terhindar dari kasus penipuan, maka disarankan kepada Shopee agar selalu meningkatkan sistem keamanannya. Dan agar konsumen yakin dengan produk yang dipilihnya sesuai dengan harga yang ditawarkan, maka setiap toko *online* wajib mencantumkan deskripsi produk yang lebih lengkap.
2. Disarankan kepada Shopee untuk semakin banyak memberikan voucher gratis ongkos kirim dan cashback serta menawarkan paket harga kepada penggunanya agar mereka semakin tertarik untuk melakukan kegiatan berbelanja melalui Shopee.
3. Agar pengguna merasa mudah dalam menggunakan dan mencari produk di Shopee, maka disarankan kepada Shopee untuk meyediakan fitur image search yang memudahkan pengguna untuk mencari produk yang mereka inginkan.

4. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel-variabel lain seperti variabel harga, distribusi, citra merek, dan kualitas pelayanan, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian.