

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Simpulan**

Sesuai dengan hasil analisis dan juga pembahasan pada penelitian ini mengenai keputusan pembelian di *online marketplace* Tokopedia, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hal tersebut diindikasikan dari kepercayaan konsumen di Jakarta Selatan terhadap Tokopedia yang dapat menjamin keamanan dalam melakukan transaksi dan originalitas produk yang dijual, merespon keluhan konsumen dengan ramah, serta dapat melakukan pengiriman barang tepat waktu. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang telah disusun yaitu kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online marketplace* Tokopedia. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan Tokopedia, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dibuat konsumen.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hal ini diindikasikan melalui aktivitas, minat, dan pendapat konsumen yang turut berperan menjadi faktor pemicu keputusan pembelian konsumen. Hasil tersebut sesuai pada hipotesis yang disusun sebelumnya yaitu gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online marketplace* Tokopedia. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumen di Jakarta Selatan dapat mendorong dalam melakukan keputusan pembelian di Tokopedia.
3. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Hal tersebut diindikasikan melalui pemberian kupon, potongan harga, *cashback*, *continuity programs*, serta kontes dan undian dapat menjadi faktor yang menarik konsumen melakukan

pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah disusun yaitu promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *online marketplace* Tokopedia. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi promosi penjualan yang ditawarkan Tokopedia, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dibuat konsumen.

## V.2 Saran

Berdasar pada hasil dari penelitian ini dan juga kesimpulan yang telah dibuat, berikut merupakan saran bagi pihak perusahaan dan penelitian selanjutnya.

- a. Bagi Tokopedia, sebaiknya selalu berupaya untuk membangun dan meningkatkan rasa kepercayaan konsumen dengan memastikan keluhan konsumen dapat ditangani dengan baik, mencegah kendala saat proses *refund*, menjaga data pribadi konsumen sebaik mungkin serta dapat menjamin originalitas produk yang dijual. Tokopedia juga diharapkan dapat selalu beradaptasi dengan gaya hidup konsumen yang mengalami perubahan seiring berkembangnya zaman, dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, diharapkan Tokopedia dapat lebih aktif dalam pemberian kupon, potongan harga, *cashback*, program loyalitas, serta mengadakan kontes dan undian yang membuat konsumen tertarik melakukan pembelian di Tokopedia, juga adanya antisipasi dari Tokopedia terhadap berbagai kemungkinan kendala yang akan dihadapi saat implementasi promosi penjualan.
- b. Bagi *online marketplace* lainnya, diharapkan mendapat suatu *insight* baru terkait sejumlah kendala dan keluhan yang dimiliki Tokopedia sehingga dapat turut mengevaluasi pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen dan berupaya meningkatkan pelayanannya agar lebih baik lagi untuk mencegah konsumen melakukan pembelian di perusahaan pesaing. Selain itu, *online marketplace* lainnya dapat menyadari akan pentingnya kepercayaan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen, gaya hidup

konsumen yang dinamis, serta strategi promosi penjualan yang dapat memicu konsumen dalam melakukan pembelian.

- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan atau menambahkan variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, dan lain-lain. Selain itu, untuk penelitian mendatang dapat dengan meningkatkan jumlah responden dan memperluas wilayah penelitian agar dapat mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan konsumen secara mendalam.