

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

I.1 Simpulan

Berdasarkan pengolahan data dan pembahasan, maka didapatkan kesimpulan yaitu:

1. Pengguna Shopee berdasarkan data responden yang terkumpul pada penelitian ini mayoritas berusia 22 s/d 28 tahun dengan jenis kelamin perempuan dengan status sebagai mahasiswa yang berdomisili di Jakarta Timur
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di DKI Jakarta dimana pemberian hadiah kepada konsumen yang memberikan kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di DKI Jakarta, dengan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.
4. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee di DKI Jakarta, dengan *loyalty* pada Shopee yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee.

I.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah peneliti jabarkan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Promosi memberikan kontribusi yang cukup baik, namun media cetak yang digunakan berupa pemasangan iklan melalui Billboard perlu ditingkatkan kembali dengan penentuan lokasi yang strategis.

Marco Manggora Jeremy Napitupulu, 2022

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

2. Kualitas pelayanan yang ditawarkan Shopee juga mempunyai kontribusi yang cukup baik, tetapi pada proses pemesanan cepat perlu ditingkatkan kembali pada pemesanan barang di aplikasi mereka.
3. Peneliti juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai keputusan pembelian diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih rinci dan lengkap menggunakan variabel-variabel lain seperti persepsi harga, kepercayaan, dan lain-lain. Tujuannya agar penelitian berikutnya dapat lebih beragam serta bisa menyempurnakan penelitian ini, diharapkan juga objek penelitian berbeda dari penelitian ini agar dapat memberikan keterbaruan penelitian

Marco Manggora Jeremy Napitupulu, 2022

Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]