

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

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

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diketahui bahwa secara parsial *promotion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Amefurashi di Tokopedia, hal ini yang mengartikan bahwa promosi penjualan merupakan rangsangan langsung yang ditujukan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi penjualan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. UMKM Amefurashi melakukan promosinya melalui tokopedia seperti potongan setiap hari khususnya pada saat libur akhir pekan, melakukan diskon dan potongan harga sangat menarik, dan memunculkan produknya di halaman pertama karena dapat menempatkan di urutan pertama mesin pencarian, Amefurashi akan mendapat banyak keuntungan. Jadi Promosi penjualan merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran terhadap perusahaan dan produknya, agar membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diketahui bahwa secara parsial *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Amefurashi di Tokopedia, hal ini yang mengartikan standar keunggulan yang diharapkan dan kendali atas standar keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan keduanya disebut sebagai kualitas layanan elektronik. Kualitas layanan atau layanan dianggap memuaskan jika memenuhi atau dianggap memenuhi harapan. Jika suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, itu dianggap memiliki kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika layanan atau layanan yang diterima jauh dari harapan, kualitas layanan atau layanan akan terlihat tidak baik.

Berdasarkan analisis dan pembahasan diketahui bahwa secara simultan *promotion* dan *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Amefurashi di Tokopedia, promosi yang dilakukan berupa promosi paket hemat untuk pembelian berbagai jenis bibit tanaman sayuran serta tanaman bunga, serta fitur cicilan 0% dari berbagai bank dan fitur Bebas Ongkir di Toko Amefurashi. Dan *e-service quality* yang tidak sepenuhnya dijalankan oleh Toko Amefurashi dalam menangani keluhan pelanggan mempengaruhi keputusan untuk membeli konsumen dalam membeli barang-barang yang ditawarkan oleh Toko Amefurashi.

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah dicapai, peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen Toko Amefurashi

dari segi *e-service quality* yang diberikan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumen dan merespon dengan cepat dari setiap keluhan konsumen, diharapkan pihak Toko Amefurashi dapat menyediakan layanan online 24 jam bagi wadah komunikasi untuk konsumen, karena mereka akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik dan menjadi loyal, hal ini juga dapat menjadi wadah promosi melalui konsumen untuk merekomendasikan Toko Amefurashi kepada saudara, keluarga dan teman-teman untuk melakukan keputusan pembelian di toko ini.

2. Bagi Pihak perusahaan Tokopedia

Tokopedia dapat memberikan hadiah kepada konsumennya yang memberikan ulasan atau rating. Hadiah tersebut dapat berupa diskon atau penurunan harga, pengiriman gratis, atau promosi lainnya. Dengan demikian, para konsumen akan lebih termotivasi untuk memberikan ulasan atau rating secara sukarela, sehingga hasilnya akan lebih dapat dipercaya dan relevan

### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, dan lain-lain. Selain itu, untuk penelitian mendatang, dapat dicoba meningkatkan jumlah responden dan memperluas wilayah penelitian untuk memahami lebih mendalam tentang keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen.