

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Dari hasil analisis di atas serta pembahasan yang peneliti lakukan, selanjutnya peneliti bisa menarik kesimpulan bahwa:

Variabel *Brand Image* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shopee food pada mahasiswa/I di Jakarta. Variabel *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan, yang mana *Brand Image* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian shopee food.

Variabel Iklan memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shopee food pada mahasiswa/I di Jakarta. Variabel Iklan berpengaruh secara positif dan signifikan, yang mana Iklan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian shopee food.

Variabel *E – Service Quality* memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shopee food pada mahasiswa/I di Jakarta. Variabel *E – Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan, yang mana *E – Service Quality* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian shopee food.

Kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *Brand Image*, Iklan, dan *E- Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian shopee food.

1.2 Saran

Berdasarkan Penelitian skripsi yang telah peneliti tulis ini yang berjudul Pengaruh *Brand Image*, Iklan, dan *E – Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food (Studi pada mahasiswa pengguna Shopee Food Jakarta), maka saran yang dirahapkan sebagai berikut:

1. Teoritis

- a) Shopee Food bisa diupayakan untuk lebih meningkatkan *Brand Image* sebagai identitas dari perusahaan shopee food. Citra dari perusahaan merupakan gambaran yang akan dinilai dan pikiran pelanggan dalam memandang shopee food sebagai layanan yang mereka gunakan.
- b) Pada variabel iklan, Shopee Food dapat menawarkan penawaran – penawaran yang lebih menarik dan memikat untuk pelanggan. Shopee Food dapat membuat iklan yang berkualitas dan informatif agar pelanggan dapat lebih tertarik dan memahami mengenai iklan yang diberikan
- c) Pada variabel *E-Service Quality*, Shopee Food dapat meningkatkan, merawat serta mengembangkan pelayanan lewat aplikasi dan website dan menginovasikan agar pelanggan lebih tertarik pada pelayanan online yang diberikan Shopee Food
- d) Pada variabel keputusan pembelian, Shopee Food harus meningkatkan dan mempertahankan Brand Image, Iklan dan E-service Quality agar dapat meningkatkan pembelian pada layanan Shopee Food.

2. Praktis

Penelitian ini dapat dikembangkan peneliti – peneliti selanjutnya menguji dan menganalisis pada faktor dan variabel lain yang juga memiliki hubungan dengan keputusan pembelian. Peneliti berharap peneliti selanjutnya dapat meluaskan dan meningkatkan jangkauan serta bahasan penelitian ini dengan lebih luas karena adanya keterbatasan pada penelitian ini