

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

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

Berdasarkan pengujian hipotesis maka diperoleh hasil mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada e-commerce Shopee dengan variabel independent yang terdiri dari *flash sale* dan testimoni, maka secara garis besar hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan variabel *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee. Hal ini dapat dikatakan bahwa *flash sale* dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian pada e-commerce Shopee. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang sebelumnya telah disusun oleh peneliti yaitu *flash sale* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee.

Hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan bahwa variabel testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee. Hal ini dapat dikatakan bahwa testimoni dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian pada e-commerce Shopee. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang sebelumnya telah disusun oleh peneliti yaitu testimoni berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee.

#### **V.2 Saran**

Demikian penelitian ini, maka berdasarkan dari uraian pernyataan dari simpulan, maka penulis hendak memberikan saran yaitu:

- a) Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk meningkatkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat memberikan ide strategi yang sesuai dengan karakteristik konsumen. Perusahaan juga dapat mengembangkan fitur-fitur yang sudah ada agar bisa jauh lebih baik karena akan berpengaruh dalam melakukan pembelian sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan potensi dan keuntungan demi perkembangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat mengutamakan untuk memaksimalkan keuntungan melalui *flash sale* dan testimoni.

- b) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggali lebih dalam terkait variabel ini serta bisa juga menambahkan variabel lain untuk bisa diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, *word of mouth*, *brand ambassador* sehingga dapat mengetahui faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode lainnya untuk meneliti pengaruh keputusan pembelian.