

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan semua hasil dari serangkaian aspek penelitian serta uji hipotesis yang telah dilakukan melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan yang terdapat di bab sebelumnya mengenai Keputusan Pembelian pada toko online Navqa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Harga memberikan kontribusi dalam meningkatkan keputusan pembelian pada toko online Navqa di Instagram. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
- b. Kreativitas iklan memberikan kontribusi dalam hal meningkatkan Keputusan Pembelian pada toko online Navqa di Instagram. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat peneliti yaitu kreativitas iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hendaknya telah dibuat berdasarkan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi apabila masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dikarenakan:

- a. Penelitian ini hanya membagikan kuesioner kepada 85 responden, maka kesimpulan yang diperoleh hanya berdasarkan dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan konsumen wanita yang berdomisili daerah Jakarta pada toko online Navqa, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian konsumen produk Navqa di wilayah tertentu.
- c. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup Harga dan Kreativitas Iklan, diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

V.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan uraian dari adanya kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran kepada perusahaan terkait agar dapat dijadikan masukan dikemudian hari. Maka untuk diwaktu mendatang perusahaan diharapkan dapat mempertahankan harga yang dapat diterima konsumen dan lebih meningkatkan kreativitas iklan pada social media Instagram toko online Navqa itu sendiri sehingga mampu menarik keputusan pembelian yang dilakukan konsumen karena produk Navqa yang diminati di Instagram.
- b. Saran untuk penelitian yang akan mendatang diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel keputusan pembelian secara lebih mendalam, seperti: potongan harga, *impulse buying*, kualitas layanan dan loyalitas konsumen.