

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data pada penelitian ini dan juga pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan analisis *partial least square* (PLS) mengenai pengaruh *digital marketing*, *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* di aplikasi Tokopedia, diperoleh kesimpulan seperti yang ada dibawah ini :

1. Pada variabel *digital marketing* didapati memberikan pengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* di aplikasi Tokopedia, dimana hal ini sejalan dengan hipotesis yang sebelumnya diduga oleh peneliti.
2. *Brand image* tidak didapati memberikan pengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* di aplikasi Tokopedia, dimana hal tersebut juga tidak sesuai dengan hipotesis yang sebelumnya dilakukan oleh peneliti.
3. Harga pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* di aplikasi Tokopedia, dimana hal ini sejalan dengan hipotesis yang sebelumnya dilakukan oleh peneliti.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang telah dilakukan ini, tentu mempunyai beberapa keterbatasan yaitu seperti yang ada dibawah ini :

1. Pada penelitian yang dilakukan ini hanya menggunakan beberapa variable yaitu *digital marketing*, *brand image* dan harga, maka tidak bisa memberikan hasil yang berasal dari variabel lain yang juga memiliki potensi untuk mempengaruhi keputusan pembelian yang juga sesuai dengan topik pada penelitian.
2. Jumlah responden yang ada pada penelitian ini hanya sebanyak 75 responden, dimana data yang telah didapatkan yang selanjutnya diolah hanya berdasarkan 75 responden tersebut.

3. Pada jenis produk yang ada pada penelitian ini adalah produk *smartphone*, dimana dapat dikatakan jika untuk hasil penelitian yang dilakukan ini tidak dapat mengeneralisasi untuk jenis produk lainnya.
4. Untuk objek yang ada pada penelitian ini adalah Tokopedia, sehingga untuk *e-commerce* lain yang sejenis maupun akan berpotensi mempengaruhi variabel yang digunakan tidak dapat digambarkan pada penelitian yang dilakukan ini.

V.3 Saran

Bedasarkan hasil data yang sudah diolah dan kesimpulan yang telah dibahas, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis seperti yang ada dibawah ini :

1. Untuk variabel *brand image*, peneliti menyarankan untuk meningkatkan pembuatan logo yang ada pada Tokopedia agar semakin menarik dan tidak melakukan perubahan logo secara sering, dimana hal ini dilakukan agar konsumen selalu mengingat logo yang digunakan pada Tokopedia. Dan juga untuk mempertahankan tingkat *image* baik sebagai *e-commerce* yang mudah dan terpercaya, yang selama ini sudah didapatkan oleh Tokopedia.
2. Dan selain itu peneliti juga menyarankan untuk peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama pada penelitian ini, untuk bisa dapat memperhatikan secara spesifik dan lebih terperinci lagi agar bisa mendapatkan hasil data yang lebih akurat dan lebih baik.
3. Juga untuk memperhatikan indikator yang akan digunakan nantinya lebih memperhatikan situasi dan kondisi objek penelitian. Dan peneliti juga menyarankan untuk menambahkan variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi keputusan pembelian *smartphone* maupun produk lainnya seperti misalnya penambahan variabel kualitas layanan, promosi, *words of mouth* dan masih banyak lagi.