

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai keputusan pembelian pada Shopee, maka kesimpulan dari penelitian ini diantaranya: promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Artinya menunjukkan bahwa promosi penjualan memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Selanjutnya kualitas *website* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Shopee. Artinya menunjukkan bahwa kualitas *website* memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Dan yang terakhir yaitu kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Artinya menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian pada Shopee.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan tentunya mempunyai banyak keterbatasan. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini adalah:

1. Jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas karena hanya menggunakan variabel Promosi Penjualan, Kualitas *Website*, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi.
2. Keterbatasan mengenai kurangnya teori yang didapatkan dikarenakan adanya virus Covid-19 yang mengharuskan pembatasan sosial dan ditutupnya berbagai fasilitas seperti perpustakaan.
3. Waktu yang tersedia untuk menyelesaikan penelitian ini relative pendek sedangkan sampel yang dibutuhkan cukup besar.

V.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Saran bagi perusahaan
 - a. Perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan promosi yang telah dilakukan agar lebih menarik perhatian konsumen. Promosi seperti adanya acara undian hadiah dan permainan yang menarik dapat dipertahankan, dan meningkatkan *cashback* atau pengembalian tunai untuk pembelian berikutnya agar lebih menarik bagi konsumen, sehingga konsumen bisa menikmati *cashback* yang ada. Serta dapat memberikan dampak yang positif untuk kedua belah pihak antara perusahaan maupun konsumen.
 - b. Perusahaan dapat meningkatkan layanan yang lebih baik, seperti dibuatnya tampilan *website* yang dapat memudahkan konsumen dalam mengakses transaksi pembelian sehingga dapat di akses oleh berbagai kalangan.
 - c. Perusahaan agar lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dengan lebih memperhatikan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dengan meminimalisir terjadinya berbagai kesalahan.
2. Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan apabila menggunakan variabel yang sama dengan penelitian ini, agar lebih rinci dan spesifik dalam menentukan indikator disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada objek penelitian. Dan peneliti menyarankan agar dapat menambah beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diluar variabel yang telah ada dipenelitian ini guna memperoleh hasil yang lebih variatif.