

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Setelah melalui berbagai pembahasan dan mengolah dan menguji data menggunakan aplikasi PLS tentang analisis Keputusan pembelian pada Tokopedia dapat disimpulkan bahwa:

Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Tokopedia, artinya indikator harga yaitu Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pada Tokopedia. Strategi penetapan harga yang ditetapkan oleh Tokopedia terbukti berhasil, harga yang diberikan kepada konsumen dinilai sesuai sehingga pengguna Tokopedia tidak enggan untuk membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk bertransaksi.

Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pada Tokopedia di Jakarta Selatan dimana pada indikator yang digunakan oleh peneliti meliputi Berwujud, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepastian dan Empati tidak menjadi factor yang dapat membuat pelanggan puas ketika menggunakan aplikasi Tokopedia. Kualitas layanan adalah hal yang terpenting agar pengguna aplikasi Tokopedia nyaman pada saat bertransaksi dan Tokopedia perlu untuk meningkatkan lagi kualitas layanan yang diberikan oleh Tokopedia.

Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan Pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan dimana indikator yang digunakan meliputi Identitas Merek, Personalitas Brand, Asosiasi Merek, Sikap dan Perilaku Merek dan Manfaat dan Keunggulan Merek tidak menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Tokopedia di Jakarta Selatan. Citra merek Tokopedia perlu dibangun lagi agar masyarakat lebih memilih Tokopedia daripada aplikasi *e-commerce* lainnya.

V.2. Saran

Kesimpulan yang dapat peneliti berikan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti pada Tokopedia adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Tokopedia memberikan strategi potongan harga ketika ada event besar seperti idul fitri dan hari natal dan memberikan bebas ongkir pengiriman dengan berjangka waktu tertentu sehingga membuat konsumen semakin terdorong belanja produk pada Tokopedia.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti mengenai keputusan pembelian dapat menambahkan variabel lain seperti keamanan, kemudahan dan kualitas produk untuk dapat mengetahui seberapa besar variabel lain yang tidak uji berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia.