

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Promosi, Persepsi harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada pengguna Tokopedia Di Kecamatan Kebayoran Baru” berupa analisis data dari pembahasan yang telah dilakukan maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen promosi (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) pengguna Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru hal ini didasari pada Uji Hipotesis dan rata-rata setiap indikator Analisis Deskriptif.
2. Berdasarkan Hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen persepsi harga (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) pengguna Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru hal ini didasari pada Uji Hipotesis dan rata-rata setiap indikator Analisis Deskriptif.
3. Berdasarkan Hasil penelitian dan hasil uji menunjukkan bahwa variabel independen kualitas produk (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) pengguna Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru hal ini didasari pada Uji Hipotesis dan rata-rata setiap indikator Analisis Deskriptif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka penulis akan memberikan saran dengan bertujuan untuk mengatasi kekurangan yang terjadi dan memberikan manfaat serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi Konsumen Tokopedia di Kecamatan Kebayoran Baru

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Promosi yang sudah dilakukan Tokopedia diharapkan dapat menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan, dan dari data analisis deskriptif Tokopedia harus fokus pada indikator Frekuensi promosi untuk meningkatkan Promosi positif sehingga membuat konsumen semakin loyal terhadap Tokopedia dan melakukan pembelian kembali dengan cara meningkatkan promosi penjualan berupa cashback, promosi gabungan, dan diskon diluar dari kegiatan Waktu Indonesia Belanja dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Persepsi harga yang sudah dilakukan Tokopedia berpengaruh positif dan signifikan, dan dari data analisis deskriptif Tokopedia harus fokus pada indikator Harga Sesuai Kemampuan Daya Saing agar lebih terjangkau dari pada e-commerce lain. Sehingga sebaiknya Tokopedia lebih meninjau harga barang yang dijual di e-commersnya untuk meningkatkan Persepsi harga. Apabila Tokopedia lebih meninjau harga yang ada di e-commerce maka akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yaitu Kualitas Produk yang sudah dilakukan Tokopedia diharapkan untuk memperhatikan kualitas produk yang akan mereka tampilkan dengan meningkatkan pengecekan kepada setiap toko yang akan melakukan kerjasama dengan Tokopedia untuk memasarkan produk tersebut. Dari data analisis deskriptif Tokopedia harus fokus pada indikator Kinerja agar ketika barang telah sampai kepada konsumen tidak ada kelalaian pada kualitas produk yang membuat konsumen menjadi kecewa, dengan itu kinerja harus meningkatkan kualitas produk positif sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.