

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan penulis dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat pengujian untuk memperoleh fakta melalui rangkaian fakta dan pengolahan, selain bahasan dalam bab sebelumnya, penulis membuat kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Duta Merek, Iklan, Persepsi Harga, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia sebagai berikut :

1. Duta Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Ini artinya semakin terkenal Duta Merek yang digunakan maka semakin mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk
2. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Ini artinya iklan mempunyai pengaruh yang tinggi kepada konsumen karena konsumen akan mengetahui adanya produk baru, semakin menarik iklan yang dibuat maka semakin mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Ini artinya persepsi harga sangat menentukan konsumen untuk membeli suatu produk, karena konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pasti akan melakukan banyak pertimbangan seperti harga produk, keterjangkauan harga, dan kesesuaian harga sesuai dengan yang dimiliki konsumen.
4. Ulasan Konsumen Daring berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Ini artinya semakin baik penilaian dari customer maka semakin mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk

B. Saran

Bersumber dari hasil penelitian serta kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, penulis dengan ini memberikan petunjuk atau saran yang dapat bermanfaat untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian di Tokopedia, Adapun saran yang penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Menurut hasil penelitian, untuk variabel **duta merek** mengenai adanya jawaban responden yang membuat indikator terendah. Saran penulis untuk perusahaan adalah untuk meningkatkan value atau nilai Duta Merek tersebut agar membuat konsumen tertarik dan percaya untuk berbelanja di Tokopedia
2. Menurut hasil penelitian, untuk variabel iklan menunjukkan bahwa para responden yang memahami iklan sangat sedikit hal itu membuat sebagian besar responden kurang tertarik untuk berbelanja di Tokopedia. Oleh karena itu saran penulis untuk perusahaan adalah dengan berinovasi dalam membuat serta mengembangkan ide yang kreatif dalam membuat iklan, agar iklan tersebut mampu untuk menarik dan juga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Karena semakin menarik dan bagus iklan yang dibuat oleh Tokopedia, akan membuat konsumen semakin besar keyakinan untuk dapat melangsungkan keputusan pembelian di Tokopedia.
3. Menurut hasil penelitian untuk variabel persepsi harga dengan indikator kesesuaian harga dengan manfaat yang memiliki hasil mean paling rendah. Saran penulis untuk perusahaan adalah dengan meningkatkan persepsi harga dengan wajar sesuai dengan manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen dari produk yang di inginkan konsumen agar konsumen tersebut memutuskan untuk melakukan pembelian pada Tokopedia semakin tinggi.
4. Menurut hasil penelitian untuk variabel ulasan konsumen daring dengan indikator perbandingan yang memiliki mean paling rendah. Saran penulis untuk perusahaan adalah lebih mempertahankan,

memperhatikan dan meningkatkan ulasan konsumen daring yang telah diberikan oleh konsumen. Agar konsumen yang belum melakukan pembelian lebih mengetahui banyak informasi dan semakin yakin akan membeli barang tersebut setelah melihat review yang ada.

