

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan kepada uraian analisis statistik dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka diajukan beberapa kesimpulan penting yang merupakan jawaban dari permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian di shopee di Kota Padang
2. Terdapat pengaruh positif antara keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian di shopee di Kota Padang
3. Kesadaran merek tidak memoderasi hubungan antara variabel pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian di shopee di Kota Padang
4. kesadaran merek tidak memoderasi hubungan antara keterlibatan produk terhadap keputusan pembelian di shopee di Kota Padang

5.2. Implikasi Penelitian

Praktis dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan tingkat capaian responden keputusan pembelian berada pada kategori baik, maka disarankan agar Shopee konsisten dalam mengelola supplier yang akan menjual produk di shopee dengan intens

dan penuh pengawasan sehingga pelanggan akan selalu menjatuhkan pilihan untuk berbelanja di shopee.

2. Berdasarkan tingkat capaian responden kesadaran merek berada pada kategori baik, maka disarankan agar shopee mempertahankan citra merek dengan cara senantiasa mempromosikan produk melalui media sosial atau fitur ads untuk mengoptimasi layanan Shoppe melalui media pencarian google dan juga di website agar merek selalu dikenal, selain itu dengan cara mengingatkan kembali postingan produk-produk yang ada di Shoppe dengan berulang-ulang baik melalui media sosial atau iklan di televisi agar citra merek selalu diingat oleh konsumen.
3. Berdasarkan tingkat capaian responden pengetahuan produk berada pada kategori baik, maka disarankan agar shopee mempertahankan tingkat pengetahuan produk dengan cara meyakinkan kepada pelanggan bahwa produk yang dijual di Shoppe dapat memenuhi kebutuhan konsumen, selain itu dengan cara memberikan keyakinan kepada konsumen atas review yang diberikan konsumen sebelumnya baik.
4. Berdasarkan tingkat capaian responden keterlibatan produk berada pada kategori cukup baik, maka disarankan agar shopee lebih meningkatkan lagi kualitas produk yang dijual di Shopee dengan cara, memberikan standar yang jelas kepada supplier di Shopee sehingga konsumen meyakini kualitas produk yang yang dijual bagus, selain itu juga bisa dengan menggunakan strategi harga yang tepat, Shopee harus bisa

meyakinkan konsumen bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang yang dijual, selain itu juga bisa dengan cara meningkatkan lagi variasi produk yang dijual.

5.3. Keterbatasan dan Saran

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini belum sempurna, ada beberapa keterbatasan dalam pembuatan penelitian ini dan saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terbatas hanya 80 orang responden disarankan penelitian selanjutnya menambahkan jumlah responden penelitian untuk hasil yang lebih akurat.
2. Cakupan penelitian yang digunakan pada penelitian ini terbatas pada responden di kota Padang, disarankan penelitian selanjutnya menambahkan cakupan responden pada daerah lebih luas untuk hasil yang lebih akurat
3. Variabel independen yang diteliti terbatas pada keputusan pembelian, kesadaran merek, pengetahuan produk dan keterlibatan produk. Diharapkan penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain selain dari variabel yang diteliti pada penelitian ini untuk diteliti lebih lanjut.