

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian online pada Valey Store di Media Instagram.
2. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada Valey Store di Media instagram.
3. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian online pada Valey Store di Media Instagram.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dalam upaya untuk memperbaiki promosi maka disarankan pada valey store tetap melakukan promosi agar konsumen dapat mengenal dengan baik online shop yang dikunjunginya selalu, selain adanya promosi juga akan memberikan persepsi kepada konsumen untuk berbelanja di online shop valey store. Promosi ini dapat dilakukan dengan berupa memberikan seperti voucher diskon, melakukan promosi

melalui internet maupun sosial media lainnya. Dengan demikian konsumen akan merasa senang karena sesuai dengan harapannya dan dapat menarik konsumen untuk berbelanja online di valey store.

2. Dalam upaya untuk memperbaiki kepercayaan konsumen maka disarankan pada valey store untuk tetap memperhatikan kepercayaan sehingga informasi yang diberikan penjual saat melakukan transaksi melalui online di valey store serta merasa aman saat melakukan transaksi melalui online dan harus juga membantu dalam meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga berdampak terhadap keputusan pembelian dan memperbaiki kepercayaan terutama dengan memberikan produk terbaik, jujur, menjaga komitmen dan memberikan informasi yang akurat mengenai produk nya sehingga tidak ada kesan penipuan dan membohongi konsumen.

3. Dalam upaya untuk memperbaiki harga maka disarankan pada pihak valey store harus lebih memperhatikan lagi harga yang akan ditetapkan sesuai dengan produk yang ditawarkan agar konsumen merasa tidak dibohongi dan konsumen dapat menerima dengan baik produk yang dibeli. Karena masih ada konsumen yang merasa tidak senang terhadap keputusannya dalam berbelanja online sebab kurangnya kepercayaan terhadap harga serta produk yang tidak sesuai yang telah dibeli. Sebaiknya valey store memberikan seperti gratis ongkir kepada

sehingga konsumen tertarik kembali untuk berbelanja online di valey store.

4. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini penulis menyarankan agar menambah variabel lain untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan bisa menutupi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.

#### **5.4 Implikasi Penelitian**

Promosi dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di valey store. Hal ini mengandung implikasi bahwa harga yang dilihat dari menciptakan pengalaman melalui panca indera (sense), menciptakan pengalaman afektif (feel), menciptakan pengalaman berpikir secara kreatif (think), menciptakan pengalaman pelanggan dengan interaksi dengan orang lain (act), juga menciptakan pengalaman yang terhubung dengan keadaan sosial, gaya hidup, dan budaya (relate) memiliki peranan yang sangat penting, karena harga tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

#### **5.5 Keterbatasan Penelitian**

Hasil penelitian yang ditemukan dalam proses pengujian hipotesis belum sempurna, adanya beberapa keterbatasan dalam pembuatan penelitian ini

mempengaruhi hasil yang ditemukan. Adapun keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh pelanggan yang berbelanja di valey store, mayoritas responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini adalah pelajar atau mahasiswa dengan rentang umur 17-22 tahun sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku kepada seluruh pelanggan yang berbelanja di valey store. Variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini penulis anggap konstan. Kemudian masih sedikit jumlah responden yang dijadikan sampel, sehingga hasil yang ditemukan dalam penelitian ini memiliki tingkat keakuratan yang lemah, sehingga diharapkan peneliti berikutnya dapat menambahkan jumlah sampel.