

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis faktor yang telah dilakukan diperoleh tiga faktor yang mendorong konsumen dalam keputusan pembelian pada *marketplace* Zalora yaitu sebagai berikut :

1. Faktor perilaku konsumen pertama yang mendorong pembelian pada *marketplace* Zalora adalah *Brand Image* terhadap keputusan pembelian.
2. Faktor perilaku konsumen yang kedua pendorong pembelian pada *marketplace* Zalora adalah promosi.
3. Faktor perilaku konsumen ketiga yang mendorong pembelian pada *marketplace* Zalora adalah Keberagaman Produk.

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang dapat memberikan manfaat bagi :

1. Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor diketahui bahwa faktor utama perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja pada *marketplace* Zalora adalah *Brand Image* yang baik, banyaknya Promosi, serta Keberagaman Produk yang semakin menarik minat

konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk belanja pada *marketplace* Zalora.

2. Bagi *marketplace* Zalora diharapkan untuk dapat meningkatkan Promosi yang lebih banyak dan aktif sehingga bisa mencapai seluruh target pasar. Karena masih banyak yang masih belum mengetahui apa itu Zalora. Bagi Produsen juga diharapkan untuk tetap menjaga serta meningkatkan manfaat dan nilai yang dapat diberikan pada konsumen Zalora agar konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap Zalora.

5.3 Keterbatasan Peneliti

Peneliti menyadari hasil penelitian yang telah dihasilkan dalam penelitian ini masih memiliki kekurangan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti rasakan selama pembuatan penelitian ini. Secara umum keterbatasan yang dimaksud adalah :

1. Penelitian ini melibatkan subyek penelitian dalam jumlah yang terbatas, yaitu sebanyak 80 responden, menyebabkan hasil yang belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek.
2. Data yang diperoleh masih terbatas karena penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh berdasarkan jawaban kuseioner responden.
3. Masih terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen berbelanja pada *marketplace* Zalora yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti, faktor bauran pemasaran dan resiko dalam pembelian. Penelitian ini lebih dominan pada perilaku konsumen.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diajukan maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi :

1. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menambah jumlah ukuran sampel yang akan digunakan, saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menggunakan model analisis yang berbeda untuk mengetahui sejumlah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk berbelanja pada *marketplace* Zalora, seperti mengembangkan model analisis faktor kedalam bentuk regresi ataupun bentuk model statistik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Online Shop Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9(1).
- Armstrong, G. Kotler, P. 2009. *Marketing an Introduction Ninth Edition*. New Jersey: Pearson Education International.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Balawera, Asrianto. 2013. "Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Digdowiseiso, Kumba. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. edited by M. S. Dr. Suharyono. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning Dan Stategy*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph E, Jr. et al. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.
- Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Ed.)*. Sage: Thousand Oaks.
- Hardianto, Surya Achmad. 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Gandaria City Mall". Universitas Satya Negara Indonesia.
- Hardiawan, Ananda Cahya. 2013. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online." Universitas Diponegoro.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Goysheh Publishing.
- Indrasari, Dr. Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Vol. 148. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrasari, Dr Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Ismanto, Juli. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Banten: Universitas Pamulang Press.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip, and Keller, K.L. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing. 15 Global Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. edited by B. Molan. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Nurmadina. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online". Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Ongkosaputro, Dirga Pratama, and Yunita Budi Rahayu Silintowe. 2017. "Citra Merek, Promosi Penjualan Dan Keragaman Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Giordano." *Jurnal MODUS & Ristekdikti* 65–78.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Junni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putri, Dr. Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Rahman, Aulia, Lita Ariani, and Ceria Hermina. 2020. "Peranan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Menggunakan E-Marketplace (The Role of Consumer Behavior on Purchase Decision Making Using E-Marketplace in The Millennial Generation)." *Psycho Holistic* 2(2):196–206.
- Roslina. 2010. "Citra Merek: Dimensi, Proses Pengembangan Serta Pengukurannya". *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 6 No.3, Mei 2010*: 333-346.
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiiah. 2019. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Schiffman, Leon. and Kanuk, Leslie. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks. (Aliha Bahasa Zatul).
- Setyawan, Yogi, and Basar Maringan Hutauruk. 2021. "Pengaruh Brand Image, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada E-Commerce Lazada Wilayah Cikarang Selatan)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 1(8):1–13.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, Febryani Angelina Carolin. 2019. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Semen Holcim Pada PT. Kinco Prima Kota Batam.” *Jurnal Benefita* 1(1):39. doi: 10.22216/jbe.v1i1.3404.
- Tjiptono, Fandi, and Anastasya Diana. 2016. *Pemasaran: Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, C.W. 2010. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel (Strategi Dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wen, C. P. et al. 2011. “Minimum Amount of Physical Activity for Reduced Mortality and Extended Life Expectancy: A Prospective Cohort Study.” *378(9798):1244–53*.
- Wikanto, Adi. 2021. “10 E-Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Di Indonesia Tokopedia Kembali Ke Puncak.” 28 September 2021. Retrieved March 3, 2022 (<https://iprice.co.id/>).
- Yulianti, Farida, Lamsah, and Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.