

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini meneliti pengaruh *brand ambassador*, *brand image promotion* dan *service iquality* terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand ambassador* secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.
2. *Brand image* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.
3. Secara parsial *promotion* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.
4. *Service quality* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.
5. *Brand ambassador*, *brand image*, *promotion* dan *service quality* mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran bagi praktisi atau konsumen yang membeli dan menggunakan aplikasi Shopee sebagai masukan dalam meningkatkan efektifitas *brand ambassador*, *brand image promotion* dan *service quality* sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian sebagai berikut ini:

a. Bagi Praktisi

1. perusahaan iharus menggunakan *brand ambassador* dan meningkatkan kredibilitas dari *brand ambassador* agar iklan lebih mudah di ingat dan pesan iklan sampai dengan efektif kepada pelanggan. Shopee juga diharapkan dapat lebih mengoptimalkan penggunaan *brand ambassador* atau bekerjasama dengan *brand ambassador* yang tepat karena bisa menghasilkan efek yang luar biasa sehingga nantinya akan lebih meningkatkan keputusan pembelian.

2. Dari hasil penelitian pada variabel *brand image* tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Dengan begitu saran yang diberikan untuk perusahaan adalah manajemen Shopee harus membangun hubungan baik dengan pelanggan, meningkatkan kualitas serta kinerja dari situs belanja Shopee, dan melakukan penawaran yang menarik. Hal tersebut bertujuan agar citra perusahaan menjadi lebih baik terutama reputasi akan dapat menambah *brand image* Shopee dibenak konsumen sehingga Shopee menjadi pilihan utama pelanggan dan calon pelanggan dalam memilih dan melakukan keputusan pembelian pada situs belanja *online*
3. Perusahaan harus berorientasi dan perlu lagi meningkatkan *promotion* dengan cara penyebaran iklan yang lebih luas lagi disosial media, memberikan jaminan biaya kirim kembali dan promo menarik lainnya yang berinovasi. sehingga aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat mendukung dalam memaksimalkan pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan, untuk mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.
4. Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan *service quality* dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan cara peningkatan kecepatan layanan dilakukan dengan menetapkan standarisasi layanan agar setiap konsumen bisa dilayani dengan waktu yang relatif cepat sehingga memberikan kesan yang baik kepada para konsumen dan mendorong konsumen melakukan keputusan pembelian.

b. Bagi Penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, *lifestyle*, dan juga keragaman produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee sehingga mampu memperkuat hasil penelitian lebih luas dan akurat. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung pelatihan-pelatihan sebelumnya yang telah dilakukan serta dapat digunakan unuk bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.