

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel Brand Image, Diskon Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Bukalapak, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, diskon harga, dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **B. Saran**

1. Sebaiknya pihak bukalapak bisa lebih meningkatkan dan mempertahankan brand image dengan merek yang sedang trend saat ini, sehingga merek tersebut dapat terus teringat dan melekat dibenak konsumen.
2. Sebaiknya pihak bukalapak harus menyesuaikan diskon harga yang telah diberikan oleh pihak bukalapak agar lebih terjangkau dengan pesaing lain, hal ini ditunjukkan untuk menjaga konsumen agar tetap berbelanja di online shop bukalapak dan tidak berpaling ke online shop lain.
3. sebaiknya pihak bukalapak tidak cukup bila hanya sekedar mempertahankan kualitas produk saja, melainkan juga harus meningkatkan standarisasi kualitas produknya seperti halnya soal kualitas

barang yang bagus, dapat dipercaya dan dapat bermanfaat bagi konsumen atau pelanggan.

4. Sebaiknya pihak bukalapak juga harus meningkatkan reputasinya di mata konsumen dan Bukalapak harus menganggap bahwa setiap bentuk keluhan, kritik, dan saran, harus di tanggapi lebih utama, karena dari beberapa bentuk pendapat konsumen tersebut dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.