

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan pengolahan data menggunakan program aplikasi SPSS Versi 23 mengenai pengaruh iklan, kemudahan penggunaan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* bukalapak (survei pada Masyarakat di Kabupaten Kuningan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklan, kemudahan penggunaan dan keragaman produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, variabel keputusan pembelian bisa dijelaskan melalui variabel iklan, kemudahan penggunaan dan keragaman produk.
2. Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, menandakan bahwa semakin meningkat kegiatan periklanan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa semakin mudah penggunaan aplikasi, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa semakin beragam suatu produk yang ditawarkan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, serta mengacu pada nilai terendah kuesioner diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian dari penyebaran angket melalui variabel iklan diperoleh nilai rendah pada angket dengan indikator yaitu dapat menimbulkan perhatian, maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan penyampaian iklan agar lebih kreatif, menarik

dan lebih kekinian dalam menyampaikan iklan yang di tayangkan sehingga konsumen akan melakukan pembelian. Selain itu berdasarkan item pernyataan dengan nilai rendah pada indikator menghasilkan suatu tindakan, maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan strategi iklan yang efektif contohnya memasukan panggilan untuk bertindak yang jelas seperti “beli sekarang” atau “dapatkan penawaran eksklusif” sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

- b. Berdasarkan hasil penelitian dari penyebaran angket melalui variabel kemudahan penggunaan diperoleh nilai rendah pada angket dengan indikator yaitu mudah untuk berinteraksi, maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan kemudahan dalam aplikasinya dengan menggunakan tampilan gambar dan bahasa yang mudah di pahami sehingga semakin mudah aplikasi digunakan maka konsumen akan melakukan pembelian. Selain itu berdasarkan item pernyataan dengan nilai rendah pada indikator mudah melakukan transaksi, maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk menyediakan atau menambah pilihan pembayaran yang fleksibel sehingga semakin banyak pilihan yang tersedia dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian.
- c. Berdasarkan hasil penelitian dari penyebaran angket melalui variabel keragaman produk diperoleh nilai rendah pada angket dengan indikator yaitu merek produk maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk menambah jenis keragaman merek produk sehingga semakin beragam suatu merek produk maka konsumen akan melakukan pembelian. Selain itu berdasarkan item pernyataan dengan nilai rendah pada indikator variasi kualitas produk maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk menyediakan opsi penyaringan atau klasifikasi produk berdasarkan kualitas untuk membantu menemukan produk yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan penawaran promosi,

diskon atau penawaran khusus untuk produk-produk berkualitas tertentu sehingga konsumen yakin dan tertarik untuk melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk lebih mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor lain diluar dari variabel dalam penelitian ini seperti harga, kepercayaan dan variabel lainnya. Atau mengganti objek ke *marketplace* lain atau UMKM.