

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka penulis menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut :

- a. Kepercayaan konsumen, *brand ambassador* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia. Jika kepercayaan konsumen tinggi, *brand ambassador* terpercaya dan kualitas layanan yang bagus akan meningkatkan keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia.
- b. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya ketika konsumen memberikan kepercayaan yang tinggi dilihat terpercaya dan aman, maka keputusan pembelian *marketplace* Tokopedia tinggi.
- c. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya jika seorang *brand ambassador* Tokopedia terpercaya atau positif maka keputusan pembelian *marketplace* Tokopedia semakin meningkat dan menarik.
- d. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya jika semakin baik kualitas layanan Tokopedia dengan konsumen akan merasa puas dan nyaman, maka semakin tinggi keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan dimasa yang akan datang adapun saran peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada responden konsumen Tokopedia di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel kepercayaan konsumen memiliki penilaian rendah terhadap

indikator kenyamanan dan kesesuaian. Oleh karena itu pihak Tokopedia sebaiknya melakukan evaluasi terhadap keamanan sistem, mempercepat proses transaksi, meningkatkan kesesuaian produk dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumen dengan memperketat pengawasan terhadap deskripsi produk, *fitur* ulasan yang informatif serta mengoptimalkan sistem rekomendasi agar lebih relevan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan mendorong keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia.

2. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada responden konsumen Tokopedia di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel *brand ambassador* memiliki penilaian rendah terhadap indikator *power* (kekuatan) dan gaya hidup. Oleh karena itu sebaiknya Tokopedia memilih atau mengoptimalkan *brand ambassador* yang memiliki pengaruh kuat (*power*) dimata konsumen, baik dari segi popularitas maupun memiliki gaya hidup selaras dengan karakter, relevansi dengan produk yang ditawarkan. Hal ini agar pesan disampaikan dapat meyakinkan dan efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia.
3. Berdasarkan hasil angket/kuesioner yang telah diberikan kepada responden konsumen Tokopedia di Kabupaten Kuningan, item pernyataan pada variabel kualitas layanan memiliki penilaian rendah terhadap indikator kecepatan dan standar layanan. Oleh karena itu Tokopedia harus meningkatkan kecepatan layanan, khususnya dalam proses respon *customer service*, pengiriman barang dan pemrosesan transaksi. Peningkatan ini penting untuk menciptakan pengalaman belanja yang efisien dan memuaskan, sehingga mendorong keputusan pembelian pada *marketplace* Tokopedia.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas penelitian ini serta mampu menambahkan variabel-variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini karena masih ada variabel-variabel *independent* lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.