

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang “Pengaruh *Promotion*, *Testimonial*, dan *Customer Rating* terhadap *Purchase Decision* Produk *Fashion* dan Aksesoris di *Shopee E-Commerce*”. Maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Variabel *promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*, artinya semakin naik *promotion* yang dilakukan oleh penjual produk *fashion* dan aksesoris di *Shopee e-commerce* maka dapat memberikan keuntungan dengan meningkatnya sikap pelanggan untuk melakukan pembelian atau *purchase decision*. Hal ini berarti bahwa penjual perlu mempertahankan *promotion* yang berpengaruh dan memiliki daya tarik untuk menyesuaikan kebutuhan para pelanggan terhadap keputusan pembelian mereka atau yang disebut *purchase decision*.
2. Variabel *testimonial* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*. Artinya semakin baik kualitas *testimonial* tentang produk *fashion* dan aksesoris di *Shopee e-commerce* yang ditawarkan ke pelanggan atas produk yang dijual, maka akan mendorong sikap pelanggan untuk melakukan *purchase decision*. Hal ini berarti penjual perlu menjaga produk untuk mendapatkan *testimonial* lebih baik dengan menyesuaikan sejauh mana kualitas kesan pelanggan pada *testimonial* yang meningkatkan *purchase decision* mereka.
3. Variabel *customer rating* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase decision*. Artinya semakin banyak *customer rating* tentang produk *fashion* dan aksesoris *Shopee e-commerce* meningkat, maka *purchase decision* pun juga akan meningkat. Hal ini berarti penjual perlu memiliki *customer rating* yang banyak dalam rangka menarik para pelanggan untuk melakukan *purchase decision*.
4. Variabel *promotion*, *testimonial*, dan *customer rating* berpengaruh secara signifikan terhadap *purchase decision*. Hal ini didukung dari hasil penelitian yang menunjukkan pada uji *f* mendapatkan skor 87,532 lebih besar dibandingkan *f* tabel 2,68 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga kemampuan ketiga variabel bebas secara bersamaan dalam mempengaruhi variabel terikat adalah 99,5% dan sisanya 0,5% dipengaruhi melalui variabel diluar penelitian ini.

5. Diantara *promotion*, *testimonial*, dan *customer rating* variabel bebas yang memiliki pengaruh signifikan paling dominan terhadap *purchase decision* adalah variabel testimoni. Hal ini didukung oleh hasil penelitian pada uji analisis regresi linier berganda yang dimana variabel testimoni mendapatkan nilai koefisiensi 0,255, lalu variabel *customer rating* dengan nilai koefisiensi 0,214, dan selanjutnya diikuti oleh variabel promosi dengan nilai koefisiensi 0,061.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diberikan diantaranya:

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel *promotion*, *testimonial*, *customer rating*, mempengaruhi *purchase decision* produk *fashion* dan aksesoris di shopee, maka saran kepada penjual di shopee agar dapat menjaga dan mengembangkan *promotion*, *testimonial*, dan *customer rating* sesuai dengan harapan pelanggan, seperti mempertahankan *promotion* terhadap daya tarik pelanggan untuk melakukan *purchase decision*. *Promotion* yang baik adalah penyebab daya tarik pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk *fashion* dan aksesoris.
2. Bagi Akademik
Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bahan acuan penelitian, selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *purchase decision*.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
Dapat menjadi acuan referensi bagi peneliti untuk meneruskan atau meningkatkan penelitian terkait *purchase decision* pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online*, sehingga jawaban responden terkadang cukup subjektif, dan juga terbatas pada kejujuran masing-masing responden ketika menjawab kuesioner.
2. Responden pada penelitian ini adalah 130 orang, tentunya dikembangkan pada jumlah responden yang lebih besar sehingga bisa lebih baik dalam menjelaskan kondisi yang sebenarnya.