

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di aplikasi Shopee pada masyarakat Desa Koto Lanang dan besar pengaruhnya adalah sebesar 10,48%.
2. Diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di aplikasi Shopee pada masyarakat Desa Koto Lanang dan besar pengaruhnya adalah sebesar 21,45%.
3. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di aplikasi Shopee pada masyarakat Desa Koto Lanang dan besar pengaruhnya adalah sebesar -0,50%.
4. Secara simultan produk, diskon dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di aplikasi Shopee pada masyarakat Desa Koto Lanang dan besar pengaruhnya adalah sebesar 31,4%.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil TCR maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel produk terdapat indikator dengan nilai TCR rendah yaitu pada indikator “Kesesuaian dengan spesifikasi” dengan Rata-rata Total Capaian

Responden (TCR) adalah 87,00%, maka dari itu disarankan pada perusahaan shopee agar dapat lebih memfilter toko toko yang ada untuk dapat memberikan produk yang dibeli oleh pelanggan sesuai dengan yang diinginkan.

2. Pada variabel diskon terdapat indikato dengan nilai TCR rendah yaitu pada indikator “Jenis Produk yang dapat diskon” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 78,08%, maka dari itu dapat disarankan untuk dapat memberikan diskon pada seluruh produk yang banyak menjadi incaran pelanggan.
3. Pada variabel kepercayaan terdapat indikator dengan nilai TCR rendah yaitu pada indikator “*Willingness to Depend* (Kesediaan Untuk Bergantung)” dengan Rata-rata Total Capaian Responden (TCR) adalah 82,92%, maka dari itu diharapkan untuk aplikasi shopee agar dapat mempertahankan keunggulannya agar pelanggan selalu melakukan pembelian pada aplikasi shopee.

