

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Simpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen tas ransel polo melalui Aplikasi Shopee pada mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Palembang”.

1. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin terjangkau Harga, Kualitas Produk yang baik dan Citra Merek mudah dikenal pada tas ransel polo maka mahasiswa berminat untuk membeli tas ransel polo. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen tas ransel polo melalui aplikasi shopee pada mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Palembang” terbukti.
2. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga semakin terjangkau Harga, Kualitas Produk yang baik dan Citra Merek mudah dikenal pada tas ransel polo maka mahasiswa berminat untuk membeli tas ransel polo. Dengan demikian hipotesis

kedua (H₂) yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen tas ransel polo melalui aplikasi shopee pada mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Palembang” terbukti.

B. Saran

1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka diharapkan penjualan tas ransel polo dapat mempertahankan kualitas produknya, juga harga penjualannya bisa terjangkau untuk mahasiswa yang mau membeli, dan juga citra merek harus banyak di kenal oleh konsumen lain sehingga keputusan untuk membeli bisa meningkat.
2. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek secara Parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka diharapkan penjualan tas ransel polo dapat mempertahankan kualitas produknya, juga harga penjualannya bisa terjangkau untuk mahasiswa yang mau membeli, dan juga citra merek harus banyak di kenal oleh konsumen lain sehingga keputusan untuk membeli bisa meningkat.
3. Saran untuk Perusahaan Shopee Indonesia
 - a. Melakukan peningkatan Citra Merek dengan cara mempertahankan layanan jasa yang baik seperti mempermudah konsumen untuk mengklaim Garansi, selain itu melakukan inovasi pada tampilan aplikasi yang menarik bagi konsumen sehingga persepsi nilai yang

diterima konsumen lebih positif terhadap Shopee Indonesia dan dengan cara menambah ragam pilihan kategori produk di dalam *e-commerce* Shopee Indonesia. Nilai positif yang dirasakan oleh konsumen dapat memberikan dampak ketertarikan konsumen untuk membeli dan menggunakan layanan Shopee Indonesia.

- b. Memperbanyak edukasi yang diberikan kepada penjual dalam melayani konsumen seperti memberi harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan, respon cepat oleh penjual terhadap konsumen dan tetap mempertahankan strategi Garansi Harga Termurah yang telah dijalankan oleh Shopee Indonesia. Memperkuat daya saing harga sebuah produk dengan memperbanyak *cashback* maupun promo penurunan harga, hal tersebut akan menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan Keputusan Pembelian produk di Shopee Indonesia.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan variabel berbeda, sangat disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel-variabel yang berhubungan dengan fitur, kualitas layanan, *Word of Mouth*, Promosi, dan sebagainya dikarenakan hal tersebut juga menjadi sesuatu yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.