

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS, untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap pengambilan keputusan pembelian, maka akan diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi mendorong adanya keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce shopee* di *online shop* Skinhelp.id. Promosi yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Ini berarti bahwa semakin efektif aktivitas promosi yang dilakukan oleh *online shop* Skinhelp.id pada *e-commerce* Shopee maka dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk segeramembeli produk produk *skincare*.
2. Kepercayaan mendorong adanya keputusan pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce shopee* di *online shop* Skinhelp.id. Ini berarti bahwa semakin tinggi rasa kepercayaan konsumen terhadap *online shop* Skinhelp.id maka dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk segera membeli produk *skincare* di *e-commerce shopee*.
3. Kualitas informasi kurang mendorong adanya keputusan pembelian pembelian produk *skincare* melalui *e-commerce shopee* di *online shop* Skinhelp.id. ini berarti bahwa baik dan seberkualitas apapun informasi yang disajikan oleh *online shop* skinhelp.id pada Shopee kurang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian *skincare*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan pada penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada *Online shop* Skinhelp.id harus menetapkan strategi promosi yang tepat, dalam aspek ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi. Owner online shop Skinhelp.id harus lebih mampu menganalisis waktu yang tepat dan sasaran yang sesuai untuk mereka melakukan kegiatan promosi.
2. *Online shop skinhelp.id* harus lebih membangun kepercayaan konsumen dengan meningkatkan performa dalam merespon konsumen pada Shopee. Selain itu, kepercayaan konsumen juga timbul melalui integrity dan ability terhadap situs jual beli yang terjamin. Dalam hal ini, Skinhelp.id hanya bekerjasama dengan e-commerce Shopee, sehingga disarankan untuk memperluas penjualannya pada e-commerce” yang dipercaya konsumen.
3. Disarankan *online shop* Skinhelp.id lebih meningkatkan kualitas informasi yang disajikan dengan cara memberikan informasi yang lebih *up-to-date* pada shopee. Selain itu, informasi harus lebih lengkap, akurat dan relevan. Serta dapat dijadikan peluang bagi peneliti lain tentang fenomena variabel kualitas informasi yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk penelitian selanjutnya, dalam keterbatasan penelitian ini pada aspek responden penelitian, disarankan untuk penelitian selanjutnya lebih fokus ke konsumen akhir atau pengguna skincare. Selain itu, disarankan dapat menambahkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.