

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai analisis faktor-faktor dalam keputusan pembelian pada marketplace di Indonesia. Adapun kesimpulan tersebut sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisis terhadap delapan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan SPSS maka disimpulkan Terdapat lima faktor yang dapat mendukung konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada marketplace. Yaitu: Kemudahan Konsumen, Kepuasan Konsumen, Promosi, Informasi Produk, Dan Citra Merek.
2. Selain menggunakan SPSS hasil dari wawancara terhadap 15 responden mengatakan responden melakukan keputusan pembelian dalam marketplace dengan mempertimbangkan beberapa faktor dan yang paling tinggi adalah Kemudahan Konsumen dari data hasil perhitungan responden skor yang di peroleh adalah sebesar 1626 poin. Kemudahan Konsumen berada pada kategori paling tinggi karena responden melakukan pembelian melalui marketplace melihat seberapa tanggap dalam merespon konsumen, seberapa mudah dalam melakukan pengembalian dana, kecepatan dalam melakukan pengembalian dana dan kecepatan dalam konsumen dilayani.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian mengenai Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada marketplace di Indonesia. Maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat di jadikan solusi dari berbagai permasalahan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan yang akan di ambilnya.

1. Diharapkan *marketplace* harus memperbaiki kualitas pelayanan karena konsumen merasa kurang puas akan pelayanan yang diberikan, dengan melihat data bahwa skor untuk kemudahan konsumen adalah 1372 poin.
2. Peneliti juga mengajukan saran yang dapat dilakukan dalam penelitian selanjutnya, hendaknya dapat melakukan pengujian antara faktor-faktor dengan keputusan pembelian.