

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Flash Sale* Dan Citra Merek Online Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di *Marketplace* Shopee (studi kasus pada Mahasiswa Manajemen 2017 Universitas Buana Perjuangan Karawang) yang telah dijadikan sebagai responden maka dengan itu bisa di simpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat *Flashsale* online shopping di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang memiliki kriteria setuju berdasarkan hasil dari jawaban responden. Pernyataan yang memiliki kriteria tinggi ada.
2. Citra Merek di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang memiliki kriteria setuju berdasarkan hasil dari jawaban responden. Pernyataan yang memiliki kriteria paling tinggi ada.
3. Keputusan Pembelian di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang memiliki kriteria setuju berdasarkan hasil dari jawaban responden. Pernyataan yang memiliki kriteria tinggi ada.
4. *Flashsale* online shopping berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang.
5. Citra Merek online shopping berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk fashion di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang.
6. *Flashsale* dan Citra Merek online shopping berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian pada produk fashion di marketplace shopee pada mahasiswa manajemen 2017 UBP karawang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh *Flash Sale* Dan Citra Merek Online Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Fashion Di *Marketplace* Shopee Setelah dilakukan pengujian data kuisioner dan sudah dibahas serta sudah dilakukan penyimpulan maka perlu adanya saran agar

adanya peningkatan dari berbagai aspek, maka mengajukan saran sebagai berikut:

1. Kategori rendah pada flash sale yaitu pada pertanyaan bahwa shopee kurang dalam memberikan bonus secara Cuma-Cuma. Maka dari itu sebaiknya shopee, perlu meningkatkan lagi bonus shopee melalui berbagai macam games yang ada pada shopee dimana hasil dari games tersebut adalah koin yang bisa ditukarkan menjadi potongan harga pembelian. Agar brand image shopee yang selalu memberikan bonus lebih melekat di para pelanggan.
2. Kategori rendah pada citra merek bahwa shopee kurang dalam memberikan rasa percaya diri, maka dari itu sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia, shopee perlu mempertahankan kualitas dan pelayanannya agar pelanggan selalu merasa puas dengan produk-produk yang dibeli melalui marketplace shopee. Apabila produk-produk shopee selalu sesuai dengan gambar maupun video yang ada pada katalog shopee, maka pelanggan akan selalu puas dan percaya diri dalam menggunakan produk-produk tersebut.
3. Kategori rendah pada keputusan pembelian bahwa untuk melakukan transaksi di shopee tidak adanya alur pembayaran yang sulit. Dalam hal ini sebaiknya shopee memberikan banyak pilihan metode pembayaran bagi para pelanggan selain yang sudah ada pada shopee, misalnya menambahkan metode pembayaran dengan e-wallet seperti dana, ovo, dan lain sebagainya. Namun pelanggan kerap kali memilih pembayaran cod atau bayar ditempat dikarenakan lebih mudah tidak perlu transfer dan membayar biaya admin, Serta yang perlu dilakukan Shopee, shopee perlu meningkatkan lagi informasi mengenai pembayaran via bank, shopee pay dan supermarket agar pelanggan merasa lebih mudah.