

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra layanan dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian, maka kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan adalah sebagai berikut.

1. Citra layanan di Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017-2020, menunjukkan bahwa citra layanan di Shopee adalah baik. Kemudian untuk variabel citra layanan dengan kriteria baik masih harus ditingkatkan menjadi sangat baik, terutama pada indikator refund dana tentang proses pengembalian dana agar dapat lebih sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.
2. Preferensi konsumen di Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017-2020, menunjukkan bahwa preferensi konsumen berada pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan preferensi konsumen masih harus ditingkatkan agar menjadi sangat baik, terutama pada indikator kepuasan tentang produk yang di jual di Shopee sehingga konsumen dapat merasakan kepuasan dan melakukan review yang baik mengenai produk tersebut.
3. Keputusan pembelian di Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2017-2020, menunjukkan bahwa preferensi konsumen berada pada kriteria baik. Kemudian perlu ada nya peningkatan mengenai keputusan pembelian agar menjadi sangat baik, jika citra layanan sudah sesuai dengan harapan konsumen dan preferensi konsumen memberikan penilaian yang baik, hal tersebut dapat meningkatkan pembelian secara meningkat.
4. Terdapat korelasi yang sangat kuat dan signifikan antara citra layanan dan preferensi konsumen dengan nilai korelasi sebesar 0,823. Besarnya nilai korelasi tersebut menunjukkan bahwa citra layanan akan berdampak besar pada preferensi konsumen atau sebaliknya.

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial citra layanan terhadap keputusan pembelian sebesar 22%. Artinya, citra layanan dapat menjelaskan perannya dalam meningkatkan keputusan pembelian di Shopee sebesar 22%.
6. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 50%. Artinya, preferensi konsumen dapat menjelaskan perannya dalam meningkatkan keputusan pembelian di Shopee sebesar 50%.
7. Terdapat pengaruh secara simultan yang positif antara citra layanan dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan total pengaruh simultan sebesar 71% sedangkan sisanya sebesar 29% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan penelitian di atas, dapat dikemukakan saran-saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut.

1. Citra layanan masih harus ditingkatkan menjadi sangat baik, terutama pada indikator refund dana tentang proses pengembalian dana. Dengan memberikan kemudahan dalam proses pengembalian dana dan layanan yang cepat agar sesuai dengan yang diharapkan konsumen.
2. Preferensi konsumen masih harus ditingkatkan menjadi sangat baik, terutama pada indikator kepuasan tentang produk yang dijual di toko online Shopee, dengan memberikan kualitas produk yang baik untuk konsumen agar dapat merasa puas setelah berbelanja sehingga memberikan penilaian yang baik juga terhadap produk di toko online Shopee tersebut. Hal ini dapat berdampak baik kepada konsumen selanjutnya dalam memilih produk di Shopee.
3. Keputusan pembelian masih harus ditingkatkan menjadi sangat baik, dengan meningkatkan citra layanan seperti memberikan kualitas pelayanan

yang cepat tanggap terhadap konsumen, agar konsumen memiliki kesan yang baik ketika berbelanja produk di Shopee, sehingga hal ini dapat berdampak pada peningkatan pembelian di online Shopee tersebut.

4. Korelasi antara citra layanan dan preferensi konsumen memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan yaitu sebesar 0,823. Artinya dengan meningkatkan citra layanan dan preferensi konsumen secara bersama-sama bisa berpengaruh besar pada tingkat penjualan.
5. Citra layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan memberikan ketanggapan dalam melayani konsumen dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan citra layanan pada toko online Shopee tersebut akan di nilai baik sesuai dengan yang telah dirasakan oleh konsumen.
6. Preferensi konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan memberikan kualitas produk yang baik, konsumen dapat melakukan review atau merekomendasikan produk di toko online Shopee tersebut kepada konsumen selanjutnya.
7. Citra layanan dan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian secara simultan berpengaruh positif. Pengaruh dari citra layanan dan preferensi konsumen bila dilakukan secara bersamaan akan berdampak cukup besar pada keputusan pembelian dengan memberikan jaminan mengenai transaksi yang dilakukan oleh konsumen.

