BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode *Cochran Q Test* dan mengeluarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada keputusan pembelian kosmetik pada *marketplace* Sociolla yang mempunyai jawaban Ya paling kecil, diperoleh 25 atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik pada *marketplace* Soiolla di Bandarlampung yaitu:

Tabel 5.1 Atribut Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Pada *Marketplace* Sociolla

Peringkat	Atribut
1	a. Sociolla menjual produk original
2	a. Menjual produk original b. Memiliki tampilan yang mudah digunakan c. Memiliki reputasi yang baik
3	Produk yang dijual tidak pernah mengecewakan
4	Memberikan garansi pada setiap produk
5	a. Memiliki tampilan yang menarik b. Transaksi pembayaran Sociolla mudah digunakan
6	a. Memudahkan belanja online b. Merasa aman membagi informasi pribadi
7	a. Produk yang dibeli sesuai dengan harapan b. Penjual menyediakan informasi produk yang dapat dipercaya
8	a. Membeli produk dikarenakan program kode *voucher* ongkos kirim yang ditawarkan b. Pengiriman barang tepat waktu c. Kebijakan privasi yang dicantumkan memberi rasa aman. d. Transaksi pembayaran mudah digunakan e. Menjual produk sesuai dengan spesifikasi
9	Membeli produk dikarenakan program bonus item yang ditawarkan
10	a. Memberi rasa aman dalam melakukan transaksi b. Mampu menjaga kerahasiaan data pribadi c. Transaksi pembayaran dapat dilakukan kapan saja
11	Membeli produk dikarenakan program flash sale
12	Menjual produk yang memiliki daya tahan yang lama
13	Memberikan informasi yang detail
14	Tahap transaksi mudah dipelajari

(Sumber: Data diolah,2022)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode Cochran Q Test, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Sociolla di Bandarlampung yaitu:

1. Sociolla harus membuat dan membangun kekuatan dari harga yang dapat mewakili profil dari perusahaan maupun produk yang dijual melalui harga terhadap manfaat produk.
2. Memperhatikan harga pasar produk agar konsumen merasa puas dengan harga yang diberikan pada perusahaan, hal ini dilakukan untuk mempertahankan konsumen.
3. Membangun kepercayaan konsumen dengan cara memberikan produk sesuai, pengiriman barang tepat waktu dan kemudahan dalam proses transaksi hal ini dilakukan akan menghasilkan reputasi yang baik bagi perusahaan.
4. Memperluas pasar dengan melakukan iklan pada media sosial yang bertujuan memperkenalkan produk yang dijual, hal ini akan memberikan informasi pada konsumen mengenai produk yang dijual dan akan meningkatkan keputusan pembelian.
5. membangun kualitas *website* yang dapat mewakili profil dari perusahaan dengan meningkatkan kualitas *website* dengan memberikan informasi yang detail, sehingga hal itu akan meningkatkan keputusan pembelian pada Sociolla.