

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 berbelanja pada Tiktok Shop yang mempunyai jawaban Ya paling kecil, maka penulis menarik kesimpulan dalam penelitian ini terdapat 13 atribut penting yang diperhatikan konsumen saat melakukan keputusan berbelanja pada Tiktok Shop, yaitu

Peringkat	Atribut	
1	Promosi	a. Tertarik berbelanja melalui TikTok Shop setelah melihat dari iklan b. <i>Flash sale</i> menarik banyak pelanggan baru untuk berbelanja di TikTok Shop c. Tampilan produk saat <i>Live Streaming Shopping</i> , membuat saya tertarik untuk berbelanja d. Mendapatkan potongan harga saat berbelanja pertama kali di TikTok Shop
2	Kemudahan Aplikasi	a. Tampilan Fitur Tiktok Shop yang menarik b. Fitur Aplikasi Tiktok Shop mudah dimengerti
3	Citra Merek	Tiktok Shop memberikan kesan positif kepada konsumen.
4	Kemudahan Transaksi	a. Transaksi dengan menggunakan <i>COD</i> lebih mudah b. Metode pembayaran yang lengkap
5	Harga	Harga yang terjangkau
6	Kepercayaan	Pengiriman barang di Tikok Shop tepat waktu
7	Kualitas Produk	Kualitas produk yang sesuai dengan tampilan
8	Emosi Positif	Ketika berbelanja di Tiktok Shop merasa puas.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Tiktok Shop

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran yang baik pada Tiktok Shop. aupun bagi peneliti selanjutnya. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas informasi dengan menyediakan produk secara spesifik yang tidak diidentifikasi oleh situs web lain, menyediakan alat bantu presentasi visual, dan konsumen tidak memerlukan waktu yang lama untuk mencari produk.
2. Membangun kualitas *website* yang dapat mewakili profil dari Perusahaan dan meningkatkan kualitas *website* dengan memberikan informasi yang detail, sehingga hal itu akan meningkatkan keputusan pembelian.
3. Memperhatikan harga pasar produk agar konsumen merasa puas dengan harga yang diberikan pada perusahaan, hal ini dilakukan untuk mempertahankan konsumen.
4. Meningkatkan 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
5. Memperluas pasar dengan melakukan promosi yang bertujuan memperkenalkan produk yang dijual, hal ini akan memberikan informasi pada konsumen mengenai produk yang dijual dan akan meningkatkan keputusan pembelian.