

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian dikerjakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh dari 21 atribut atau faktor hanya 12 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk fashion pada Zalora, diantaranya yaitu Kualitas produk terjamin, *Voucher*, Terpercaya, Pengembalian produk, Variasi produk, Produk *real picture*, *Design* produk, Ketersediaan produk, Kesiapan dan kesiapan dalam membantu, Kecepatan layanan, Kemudahan pembayaran, dan Kemudahan dalam menggunakan aplikasi/web.
2. Diantara 12 faktor tersebut terdapat faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk *fashion* pada Zalora adalah terpercaya.

5.2 Saran

Bersumber pada pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk *fashion* di Zalora. Karena salah satu upaya pihak Zalora adalah untuk mempertahankan pelanggan dan menyediakan berbagai variasi produk tambahan agar lebih banyak konsumen yang membeli dan memperhatikan pelayanan yang memenuhi harapan konsumen.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lainnya, seperti perbandingan keputusan pembelian produk *fashion* di Indonesia dengan produk *fashion* di luar negeri, sehingga akan lebih banyak variasi hasil yang diperoleh dari hasil penelitian dan menambahkan jumlah sampel penelitian.