

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Simpulan

Menurut hasil riset, kesimpulan yang ditarik meliputi:

1. Fitur Layanan (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Shopee di Surabaya, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti.
2. *Perceived Quality* (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Shopee di Surabaya, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti.
3. Fitur Layanan (X1) dan *Perceived Quality* (X2) dengan cara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Shopee di Surabaya, sehingga hipotesis yang diajukan terbukti.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Semakin modernnya zaman dan juga semakin canggihnya teknologi diharapkan Shopee dapat mengikuti perkembangan zaman jika

- b. adanya perubahan pada fitur layanan, karena fitur layanan menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen, semakin mudahnya fitur layanan Shopee akan meningkatkan kenyamanan konsumen.
- c. Semakin ketatnya persaingan bisnis sekarang ini khususnya dibidang *e-commerce* diharapkan *perceived quality* yang dimiliki Shopee sekarang dapat ditingkatkan dan dipertahankan karena , karena itu menjadi salah satu strategi efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong Keputusan Pembelian di Shopee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperluas populasi dan variabel-variabel lain yang lebih variatif selain Fitur Layanan, dan *Perceived Quality* untuk meningkatkan Keputusan Pembelian di Shopee, seperti promosi, harga dan sebagainya. Dengan harapan untuk penelitian yang mendatang menghasilkan pencapaian yang lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Di tahap proses pengumpulan data, ada potensi bahwa informasi yang diperoleh dari responden melalui kuesioner tidak selalu mencerminkan pandangan sebenarnya yang mereka miliki. Hal ini disebabkan oleh berbedanya pemikiran, pemahaman dan asumsi yang bervariasi. Selain itu,

seperti tingkat kejujuran dalam mengisi kuesioner juga dapat memengaruhi hasil akhir.

2. Penelitian ini secara khusus berfokus pada fitur layanan dan kualitas yang dirasakan terkait dengan Keputusan pembelian. Faktanya, masih terdapat faktor-faktor lain yang kemungkinan ikut berperan dalam Keputusan pembelian seperti, promosi, harga, *word of mouth* dan lainnya.