

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Persepsi Harga terhadap Kepercayaan dan Keputusan pembelian” (Studi kasus layanan e-commerce Zalora.co.id) maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli. Dengan demikian hipotesis 1 diterima dan didukung.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 2 diterima dan didukung.
3. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 3 diterima dan didukung.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 4 diterima dan didukung.
5. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 5 diterima dan didukung.
6. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 6 diterima dan didukung.

7. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan Zalora Indonesia. Dengan demikian hipotesis 7 diterima dan didukung.
8. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Dengan demikian hipotesis 8 diterima dan didukung.
9. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Dengan demikian hipotesis 9 diterima dan didukung.
10. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Dengan demikian hipotesis 10 diterima dan didukung.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Seperti halnya dalam penelitian lain, penelitian ini tidaklah sempurna atau masih banyak keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian tersebut yaitu :

1. Penelitian ini hanya meneliti lima variabel, yaitu variabel kualitas produk, citra merek, persepsi harga, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian.
2. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dimana informasi yang didapat kurang mendalam. Akan lebih baik jika ditambahkan metode lain untuk menyempurnakan.

### C. Saran

Pada penelitian ini terdapat beberapa saran yang ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya agar bisa melaksanakan dan mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik lagi ke depannya yaitu:

#### 1. Bagi akademis

- a. Peneliti berikutnya diharapkan dapat menganalisis variabel bebas seperti menambah variabel promosi, resiko, kualitas produk atau variabel lainnya, agar nantinya dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi variabel kepercayaan merek dan keputusan pembelian.
- b. Mengenai kekurangan penggunaan kuesioner bisa disempurnakan dengan menambah metode wawancara terhadap beberapa responden untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap.

#### 2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi perusahaan Zalora untuk dapat meningkatkan platform yang terdapat di website dan tetap menjaga kualitas produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan penjualan.