

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap Kemudahan sebagai variable X1, Promosi sebagai variable X2, Testimoni sebagai variable X3 dan Keputusan Pembelian sebagai variable Y pada Shopee COD di Bekasi Utara, sehingga peneliti menarik ringkasan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Promosi berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
3. Testimoni berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan:

1. Saran untuk perusahaan diharapkan fitur pelacakan pesanan dan informasi yang jelas mengenai waktu pengiriman serta metode pembayaran COD perlu ditampilkan secara transparan dan mudah diakses. Pengembalian barang yang praktis dan layanan pelanggan yang responsif juga dapat memperkuat keputusan konsumen untuk bertransaksi melalui Shopee COD.
2. Strategi promosi yang dilakukan Shopee sebaiknya terus disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan konsumen. Promosi berbasis kebutuhan spesifik gadget, seperti cashback, flash sale, atau bundling produk dapat lebih menarik minat pelanggan. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan

influencer marketing juga dapat ditingkatkan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda.

3. Saran untuk perusahaan diharapkan agar terus memberikan promosi yang menarik, relevan, dan tepat sasaran berupa diskon eksklusif untuk pengguna COD, bundling produk, atau gratis ongkir dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi konsumen. Promosi sebaiknya dilakukan secara konsisten dan pada waktu yang strategis, seperti saat kampanye belanja besar atau akhir pekan.
4. Saran untuk perusahaan diharapkan agar memberikan ulasan yang disertai foto atau video produk akan lebih meyakinkan dan membantu calon pembeli dalam menilai kualitas barang. Shopee dapat meningkatkan visibilitas testimoni dengan menampilkan ulasan teratas atau yang paling relevan di bagian awal halaman produk. Dengan begitu, kepercayaan calon pembeli akan meningkat dan mendorong mereka untuk mengambil keputusan pembelian melalui sistem COD.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang di alami dan menjadi beberapa faktor yang dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain :

1. Data yang dihasilkan untuk penelitian ini hanya terfokus pada instrumen kuesioner berdasarkan persepsi responden secara online melalui *Google Forms*, dan tidak dilengkapi dengan wawancara untuk memperkuat data penelitian.
2. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu tertentu. Seiring waktu, perubahan tren pasar, preferensi konsumen, atau faktor eksternal lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini dapat memengaruhi validitas temuan penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh Kemudahan, Promosi, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.