

# BAB\_V\_Adzani.docx

*by*

---

**Submission date:** 10-Jun-2022 05:10PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1854219449

**File name:** BAB\_V\_Adzani.docx (17.45K)

**Word count:** 301

**Character count:** 1888

**PENGARUH KULITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN  
BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA  
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SIDOARJO)**

**BAB V**

**PENUTUP**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan penelitian dengan judul pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia (Studi Kasus di Kecamatan Sidoarjo), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) **Kualitas Produk** ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi Kualitas Produk ( $X_1$ )  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (5,767) > t_{tabel} (1,975)$ .
- 2) *Brand Image* ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi *Brand Image* ( $X_2$ )  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (9,401) > t_{tabel} (1,975)$ .
- 3) *Brand Ambassador* ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi *Brand Ambassador* ( $X_3$ )  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} (6,632) > t_{tabel} (1,975)$ .
- 4) Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Brand Image* ( $X_2$ ), dan *Brand Ambassador* ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} (113,305) > F_{Tabel} (2,66)$ .

5) Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di e-commerce adalah kualitas produk.

## 5.2 Saran

Saran yang bisa diberikan untuk penelitian kali ini, adalah sebagai berikut:

- 1) Dengan berpengaruhnya variabel kualitas produk, *brand image*, dan *brand ambassador* terhadap keputusan pembelian di *e – commerce* Tokopedia, baik secara parsial maupun simultan. Maka, sebaiknya pihak manajemen Tokopedia untuk tetap menjaga dan mengawasi setiap produk yang dijual di Tokopedia. Baik dari segi kualitas produk, merek yang sesuai dan terkenal, serta tetap menjaga *brand ambassador* yang tentunya sudah berhasil menarik para konsumen untuk berbelanja di *e – commerce* Tokopedia.
- 2) Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain seperti kualitas pelayanan *e – commerce*, *review* pelanggan, dan sebagainya dengan jumlah responden yang lebih banyak dan beragam sebagai pengembangan lebih lanjut dari penelitian kali ini.

# BAB\_V\_Adzani.docx

---

## ORIGINALITY REPORT

---

6%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

5%

★ [ejournal.unsrat.ac.id](http://ejournal.unsrat.ac.id)

Internet Source

---

Exclude quotes    On

Exclude matches    < 2%

Exclude bibliography    On