

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan perolehan penelitian yang sudah dilaksanakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand trust*, *online customer review*, *price discount* dan gratis ongkos kirim secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu PVN.
2. *Brand trust* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap sepatu PVN.
3. *Online customer review* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN.
4. *Price discount* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN.
5. Gratis ongkos kirim secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu PVN.
6. Dari pengujian secara parsial diantar variabel *brand trust*, *online customer review*, *price discount*, dan gratis ongkos kirim variabel yang paling dominan yaitu *online customer review*.

6.2 Saran

1. Untuk peneliti berikutnya dapat mempergunakan variabel lain supaya mengetahui hal-hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain pada penelitian ini seperti menggunakan variabel *e-wom* terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk perusahaan sepatu PVN untuk memanfaatkan media *online* sebagai tempat *review* untuk para konsumen yang telah melakukan pembelian produk, sehingga dapat membantu para calon konsumen lainnya saat menentukan keputusan pembelian sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu perusahaan perlu mengutamakan kualitas serta layanan, jika terdapat *review* yang buruk maka akan mengurangi rasa percaya konsumen terhadap produk.

3. Untuk konsumen sebaiknya memperhatikan *review* dari konsumen lain ketika akan melakukan keputusan pembelian dengan begitu dapat membantu dalam melihat apakah produk memiliki kualitas yang baik atau tidak.