

BAB IV

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden berkaitan dengan pengaruh *e-commerce*, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Batik Mahkota, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan *e-commerce* yang diterapkan di Batik Mahkota sudah baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang memiliki nilai dibawah rata-rata yaitu aspek kemudahan penggunaan untuk transaksi, kualitas pelayanan dan kualitas informasi. Meskipun memiliki nilai dibawah rata-rata, namun ketiga aspek tersebut masih termasuk kedalam kategori baik.
2. *E-commerce* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik *e-commerce* yang diterapkan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dan terlihat dalam penelitian yang dilakukan terhadap responden bahwa variabel *e-commerce* memiliki hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien korelasinya.
3. Secara keseluruhan kualitas produk yang tersedia di Batik Mahkota sudah baik. Sebagian besar pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas produk termasuk kedalam kategori baik. Namun masih terdapat satu pernyataan yang termasuk kedalam kategori cukup baik yaitu kesesuaian produk batik dengan kebutuhan konsumen

4. Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dan terlihat dalam penelitian yang dilakukan terhadap responden bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien korelasinya.
5. Sama halnya dengan variabel *e-commerce* dan kualitas produk, promosi yang dilakukan Batik Mahkota secara keseluruhan sudah baik. Sebagian besar pernyataan yang terdapat pada variabel promosi termasuk kedalam kategori baik. Terdapat tiga pernyataan yang termasuk kedalam kategori tidak baik yaitu ragam jenis promosi, intensitas kegiatan promosi dan daya tarik promosi.
6. promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan Batik Mahkota maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dan terlihat dalam penelitian yang dilakukan terhadap responden bahwa variabel promosi memiliki hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien korelasinya.
7. *E-commerce*, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hal tersebut menyatakan bahwa jika *e-commerce* dan kualitas produk yang baik disandingkan dengan promosi yang baik pula maka akan semakin tinggi keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Batik Mahkota. Dalam penelitian terhadap konsumen Batik Mahkota, variabel *e-commerce*, kualitas produk dan

promosi bersama-sama mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien korelasinya.

8. Meskipun secara keseluruhan variabel *e-commerce*, kualitas produk dan promosi sudah baik, Batik Mahkota masih belum mampu konsisten mencapai target penjualan tahunan. Hal ini disebabkan oleh keputusan pembelian konsumen yang kurang maksimal. Untuk dapat memaksimalkan keputusan pembelian, Batik Mahkota perlu melakukan peningkatan yang berkesinambungan pada aspek *e-commerce*, kualitas produk dan promosi.

1.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Dari segi *e-commerce*, meskipun secara keseluruhan sudah baik, Batik Mahkota harus terus memperbaiki penerapan *e-commercenya*, yaitu dengan cara memperbaiki kualitas sistem, kualitas informasi dan kemudahan penggunaan pada *e-commerce* yang diterapkan supaya konsumen lebih mudah dan nyaman dalam bertransaksi. Batik Mahkota perlu terus berinovasi untuk mampu menghadirkan sistem *e-commerce* yang memudahkan transaksi dan sarana pencarian informasi produk.
2. Dari segi kualitas produk, meskipun secara keseluruhan sudah baik, namun masih ada satu aspek yang harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan oleh Batik Mahkota, yaitu kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen. Batik Mahkota perlu melakukan survey pasar terlebih dahulu tentang produk yang dicari dan diminati para konsumen, sehingga produk yang dihasilkan memang produk yang benar-benar sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari segi promosi, Batik Mahkota disarankan untuk membuat atau melakukan kegiatan promosi yang beragam jenisnya supaya tidak terkesan monoton dan supaya produk Batik Mahkota dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Disamping itu, Batik Mahkota juga disarankan untuk lebih sering melakukan kegiatan promosi supaya menarik minat konsumen datang berbelanja ke Batik Mahkota lebih sering. Seringnya melakukan kegiatan promosi juga disarankan supaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen Batik Mahkota.