

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,230 dan lebih besar dari 0,10. Artinya dalam membuat keputusan pembelian pada toko online shopee konsumen tidak terlalu mempertimbangkan persepsi promosi. Tinggi rendahnya kualitas promosi tidak menarik minat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk atau perbelanjaan melalui toko online shopee.
2. Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,010 dan lebih kecil dari 0,10. Artinya dalam membuat keputusan pembelian pada toko online shopee konsumen mempertimbangan kemudahan yang di dapatkan dalam melakukan kegiatan perbelanjaan secara online. Semakin mudah melakukan kegiatan perbelanjaan secara online pada toko online shopee akan semakin tinggi konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk atau perbelanjaan melalui toko online shopee.
3. Harga (X3) tidak mempengaruhi terhadap keputusan pembelian (Y). Perihal ini dibuktikan lewat nilai signifikansi sebesar 0,101 serta lebih besar dari 0,10. Artinya dalam membuat keputusan pembelian pada toko online shopee konsumen tidak mempertimbangkan harga. Tinggi rendahnya harga produk tidak mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada toko online shopee.
4. Kenyamanan (X4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Perihal ini dibuktikan melalui nilai signifikan sebesar 0,006 dan lebih kecil dari 0,10. Artinya dalam membuat keputusan pembelian pada toko online shopee konsumen mempertimbangan kenyamanan yang di dirasakan dalam melakukan kegiatan perbelanjaan secara online. Semakin konsumen merasa nyaman melakukan kegiatan perbelanjaan secara online pada toko online

shopee maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk berlangganan pada toko online shopee dan memutuskan untuk membuat keputusan pembelian pada toko online shopee .

5. Promosi (X1), kenyamanan (X2), harga (X3) dan kenyamanan (X4) memiliki pengaruh yang sama atau simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, untuk meningkatkan keputusan pembelian toko online shopee maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Promosi yang di berikan toko online shopee perlu diperhatikan. Penjualan online yang tumbuh dengan pesat dan persaingan yang ketat perusahaan perbelanjaan online, setiap perusahaan perlu melakukan kampanye promosi yang lebih menarik dan berkualitas, karena melihat banyaknya konsumen yang potensial. Maka toko online shopee harus lebih meningkatkan kualitas promosi agar dapat menarik minat konsumen untuk memilih toko online shopee sebagai keputusan pembelian suatu produk.
2. Kemudahan yang didapatkan pada toko online shopee agar tetap dipertahankan , atau lebih ditingkatkan lagi agar jumlah pengunjung toko online shopee stabil atau bahkan mengalami peningkatan dalam memutuskan pembelian suatu produk pada toko online shopee.
3. Harga yang diberikan pada toko onlineshopee perlu diperhatikan. Jika penetapan harga tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan, konsumen akan segera menyadari hal ini. Harga yang terlalu murah juga akan berpengaruh pada kualitas barang, namun harga yang terlalu tinggi juga harus diperhatikan konsumen. harga dari sudut pandang konsumen yaitu ketika melihat harga dari manfaat yang dirasakan dari barang atau jasa, mereka sering digunakan sebagai indikator nilai. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara manfaat dan harga yang dirasakan. Maka toko online shopee harus lebih meningkatkan kualitas agar dapat menarik minat konsumen untuk memilih toko online shopee sebagai keputusan pembelian produk.
4. Kenyamanan yang diberikan pada toko online shopee agar tetap dipertahankan , atau lebih ditingkatkan lagi agar jumlah pengunjung toko

online shopee stabil atau bahkan mengalami peningkatan dalam melakukan perbelanjaan online dan memutuskan pembelian suatu produk pada toko online shopee.

5. Segala faktor perlu diperhatikan kualitas dan peningkatan serta penurunannya yang membuat konsumen memutuskan pembelian suatu produk pada toko online shopee, dikarenakan agar toko online shopee tidak mengalami penurunan pengunjung dan penurunan kualitas yang mengakibatkan konsumen lebih memilih toko online pesaing.

Penelitian ini hanya sebatas pada empat variabel yaitu promosi, kemudahan, harga, dan kenyamanan diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel lain untuk menemukan lebih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Nantinya bisa menjadi masukan bagi pihak terkait