

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  3,973 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,056 dan nilai *sig.* 0,001 lebih kecil dari 0,05.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  2,559 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,056 dan nilai *sig.* 0,017 lebih kecil dari 0,05.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  2,471 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,056 dan nilai *sig.* 0,020 lebih kecil dari 0,05..
4. Harga, kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung}$  41,096 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  2,975 dan nilai *sig.* 0,000 lebih kecil dari 0,05.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Shopee hendaknya terus berusaha berhati-hati dalam menetapkan harga dengan memperhatikan faktor-faktor yang diperlukan dalam menetapkan harga. Faktor-faktor tersebut adalah keterjangkauan harga, harga yang variatif, kompetitif, kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan.
2. Kualitas produk hendaknya terus diperhatikan dengan melakukan pengawasan dan evaluasi berdasarkan laporan atau keluhan konsumen.
3. Promosi yang dilakukan perlu terus disertai dengan inovasi-inovasi baru agar dapat mengikuti perkembangan yang terjadi di masyarakat. Dengan demikian calon konsumen mendapatkan informasi yang lengkap dan juga menarik perhatian.