

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai t hitung untuk marketing online adalah sebesar 2,151, t tabel 1,996 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,014 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Marketing online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Nilai t hitung untuk inovasi teknologi adalah sebesar 2,791, t tabel 2,006 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,008 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
3. Nilai t hitung untuk persepsi konsumen adalah sebesar 4,998, t tabel 2,006 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen
4. Nilai F tabel pada distribusi 4 : 66 adalah 2,51, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung  $18,506 > 2,51$ , dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.
5. Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,632. Hal ini berarti 63,20% variabel independent yaitu variabel

marketing online, inovasi teknologi dan persepsi konsumen memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 36,80% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti diskon, promosi dll

## **B. Saran**

### 1. Bagi rahmat cell cikampak

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan untuk senantiasa meningkatkan marketing online, inovasi teknologi dan persepsi konsumen serta melakukan perubahan-perubahan untuk mempengaruhi keputusan pembelian.

### 2. Bagi mahasiswa feb. universitas Labuhanbatu

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang variabel yang menjadi pusat penelitian.

### 3. Bagi peneliti di masa mendatang

Bagi peneliti di masa mendatang diharapkan lebih teliti dalam melakukan penelitian, seperti memahami dengan baik isi kuesioner yang di sebarakan kepada responden, agar data yang diperoleh benar-benar menunjukkan karakteristik dari responden, dan sebisa mungkin mencegah responden menjawab secara sembarangan