

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

**Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikumpulkan di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:**

- a) Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $-1,002 < 1,673$ , sedangkan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah  $-1,54\%$
- b) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $3,539 > 1,673$ , sedangkan besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah  $22,44\%$ .
- c) Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  besar daripada  $t_{tabel}$  yaitu  $1,720 > 1,673$ , sedangkan besarnya pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh secara parsial adalah  $7,47\%$
- d) Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota sungai penuh. Hasil hipotesis menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  yaitu  $7,395 > 2,769$
- e) Besarnya pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh adalah  $28,4\%$  sedangkan sisanya

(100% - 28,4% = 71,6%) faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Untuk membuat keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh disarankan kepada pembeli sebagai berikut:

- a) Keputusan pembelian konsumen shopee di kota Sungai Penuh berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 38,9 dan TCR 86,5%. TCR terendah berada pada indikator kemantapan pada sebuah produk dengan skor rata-rata 4,10 dan TCR 82,1% yang katogeri baik yang terdiri dari 9 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan keputusan pembelian. Dan TCR terendah pada indikator kemantapan pada sebuah produk yaitu pada item pertanyaan “1) saya memutuskan membeli produk di shopee setelah membandingkan dengan marketplace lain, 2) informasi yang diberikan tentang produk di shopee sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk tersebut, 3) saya merasa produk yang ada di shopee memiliki kualitas yang baik? dengan skor rata-rata 4,10 dan TCR 82,1% dalam ketegori baik.
- b) Kualitas produk di shopee berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 49,7 dan TCR 82,8%. TCR terendah berada pada indikator keandalan dengan skor rata-rata 3,62 dan TCR 72,4% yang kategeri cukup baik yang terdiri dari 12 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan keputusan pembelian. Dan TCR terendah pada indikator keandalan yaitu pada item pertanyaan “1) daya tahan produk di shopee sangat baik, 2) Deskripsi produk di shopee menjelaskan produk secara detail, 3) saya merasa produk di shopee tidak sesuai dengan deskripsi dan foto

produk? dengan skor rata-rata 3,62 dan TCR 72,4% dalam kategori cukup baik.

- c) Harga produk di shopee berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 49,6 dan TCR 82,7%. TCR terendah berada pada indikator daya saing harga dengan skor rata-rata 4,18 dan TCR 83,6% yang kategori baik yang terdiri dari 12 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah

menimbulkan keputusan pembelian. Dan TCR terendah pada indikator daya saing harga yaitu pada item pertanyaan “1) harga produk di shopee lebih murah daripada marketplace yang lain, 2) ada voucher diskon bagi pengguna setia, 3) ada diskon khusus untuk hari tertentu? dengan skor rata-rata 4,18 dan TCR 83,6% dalam kategori baik.

- d) Promosi yang dilakukan shopee berada pada pada kategori hasil baik yang dibuktikan dengan rata-rata variabel 37,2 dan TCR 82,8%. TCR terendah berada pada indikator waktu promosi dengan skor rata-rata 3,37 dan TCR 67,6% yang katogeri cukup baik yang terdiri dari 9 item pertanyaan oleh sebab itu pada indikator ini disarankan perlu ditingkatkan lagi karena nilai terendah sehingga menimbulkan keputusan pembelian. Dan TCR terendah pada indikator waktu promosi yaitu pada item pertanyaan “1) promosi yang dilakukan shopee berlangsung cukup lama, 2) saya merasa waktu promosi yang dilakukan shopee terlalu singkat, 3) saya merasa promosi yang dilakukan shopee di waktu yang tidak tepat.? Dengan skor rata-rata 3,37 dan TCR 67,6% dalam kategori cukup baik.