

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Bersumber pada hasil uji dan pembahasan terkait Pengaruh *Product, Price, Promotion, Place* terhadap *Keputusan Pembelian* pada penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS 3.0*. Maka hasil yang dapat disimpulkan ialah:

- 1) Bersumber dari pengujian yang dilakukan, pada variable *Product* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* pada pengguna E-Commerce Shopee. Sehingga dapat diartikan bahwa *Product* memiliki pengaruh yang positif dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada E-commerce Shopee.
- 2) Bersumber dari pengujian yang dilakukan, pada variable *Price* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* pada pengguna E-Commerce Shopee. Sehingga dapat diartikan bahwa *Product* memiliki pengaruh dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada E-commerce Shopee.
- 3) Bersumber dari pengujian yang dilakukan, pada variable *Promotion* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* pada pengguna E-Commerce Shopee. Sehingga dapat diartikan bahwa *Product* memiliki pengaruh yang positif dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada E-commerce Shopee.
- 4) Bersumber dari pengujian yang dilakukan, pada variable *Place* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* pada pengguna E-Commerce Shopee. Sehingga dapat diartikan bahwa *Product* memiliki pengaruh yang positif dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada E-commerce Shopee.

V.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada, saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

- 1) Saran Teoritis

- a. Dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan yang dimiliki, dari segi sumber teori ataupun jurnal yang dimanfaatkan. Untuk itu, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat memanfaatkan sumber-sumber pendukung yang lebih lengkap untuk menunjang penelitian ini.
- 2) Saran Praktis
- a. Disarankan Perusahaan shopee dapat meningkatkan strategi pemasaran pada variable product yang sudah dilakukannya guna dapat meningkatkan consistency yang diberikan kepada konsumen.
 - b. Disarankan Perusahaan shopee dapat meningkatkan strategi pemasaran pada variable price dengan memperhatikan daya saing harga yang dimiliki dengan competitor.
 - c. Disarankan Perusahaan shopee dapat meningkatkan strategi pemasaran pada variable promotion dengan memperhatikan agar seluruh konsumen dapat menggunakan kupon dari promosi yang dilakukan shopee.
 - d. Disarankan Perusahaan shopee dapat meningkatkan strategi pemasaran pada variable place dengan memperhatikan lama waktu pengiriman agar sesuai dengan estimasi yang ditetapkan.