

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Didasarkan pada analisa data dan pembahasan yang telah dilakukan berdasarkan hasil perhitungan dengan PLS mengenai keputusan pembelian *e-commerce* Shopee pada generasi milenial di Kecamatan Johar Baru, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian, dengan koefisien jalur sebesar 0,786 yang artinya harga membuat konsumen generasi milenial di Kecamatan Johar Baru merasa yakin untuk melakukan pembelian di *ecommerce* Shopee.
2. Hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dengan keputusan pembelian namun tidak signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,156 yang artinya promosi membuat para konsumen generasi milenial di Kecamatan Johar Baru merasa yakin untuk melakukan pembelian di *ecommerce* Shopee.
3. Hasil penelitian membuktikan dan menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* memiliki pengaruh yang negatif terhadap keputusan pembelian dan juga tidak signifikan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0-0,104 yang artinya konsumen tidak selalu membeli di *ecommerce* Shopee karena *electronic word of mouth* yang mereka temui, namun ada faktor lain seperti loyalitas konsumen yang memungkinkan para generasi milenial di Kecamatan Johar Baru tetap melakukan pembelian di *e-commerce* Shopee.

V.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Peneliti terdapat keterbatasan dikarenakan sulitnya memperoleh data yang pasti untuk pengguna disetiap kelurahan di kecamatan Johar Baru dikarenakan peneliti tidak mendapatkan data yang lebih rinci mengenai

Shopee

2. Data pada penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil kuesioner dari 75 responden. Kuesioner dibagikan secara *online* melalui *google form* kepada 75 generasi milenial di Kecamatan Johar Baru yang pernah melakukan pembelian pada e-commerce Shopee, sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
3. Karena data disebarakan melalui *google form* kepada generasi milenial di Kecamatan Johar Baru yang berusia 24 – 39 tahun, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini sebagian besar responden didominasi oleh mahasiswa. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk keputusan pembelian di daerah lain.
4. Selain itu, peneliti juga merasa sulit untuk mendapatkan referensi dari penelitian terdahulu yang memiliki hasil penelitian yang sama dengan penelitian ini dikarenakan penelitian ini diblaksanakan saat adanya Covid-19.

V.3. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Shopee diharapkan dapat mempertahankan penetapan harga yang kompetitif dengan kompetitornya, sehingga konsumen akan tertarik bahkan cenderung menjadi konsumen loyal dan memilih Shopee sebagai *e-commerce* yang selalu menjual produk kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harga yang lebih murah.
 - b. Diharapkan mampu membuat serangkaian strategi promosi yang lebih menarik lagi sehingga mampu membuat para konsumen khususnya para generasi milenial agar lebih yakin untuk melakukan pembelian di Shopee.
 - c. Bagi Shopee mungkin *electronic word of mouth* tidak terlalu mempengaruhi para calon customernya untuk membeli, namun penulis menyarankan untuk mengelola pemberian feedback jadi lebih

baik lagi untuk meyakinkan konsumen melakukan pembelian.

2. Untuk para peneliti selanjutnya

Diharap dapat meneliti variable lainnya untuk mendapatkan hasil dari pengaruh variable keputusan pembelian lebih dalam lagi. Seperti variabel kualitas pelayanan, kesadaran merek, citra perusahaan, dan lain-lain guna menambah akurasi serta kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.