

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* pada kelompok remaja di Shopee, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa promosi yang diberikan oleh Shopee diperhatikan oleh kelompok remaja dalam memutuskan untuk menggunakan Shopee. Hal ini dapat disebabkan karena konsumen beranggapan *website* yang ditampilkan Shopee mudah dipahami, sehingga konsumen nyaman dalam berbelanja *online* karena tampilan *website* yang mudah di mengerti. hal tersebut tentunya sangat diminati oleh banyak konsumen Shopee sehingga melakukan belanja *online* di Shopee. Berdasarkan hal tersebut bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan sesuai dengan hipotesis penelitian.
2. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa konsumen beranggapan bahwa harga yang ditawarkan di Shopee lebih murah jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan dengan toko *offline* sehingga konsumen lebih memilih barang di Shopee. Hal tersebut yang menyebabkan banyak konsumen lebih memilih berbelanja *online* di Shopee dibanding dengan toko *offline*. Maka hasil ini sesuai dengan hipotesis penelitian.
3. Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa konsumen melakukan belanja *online* di shopee karena mereka percaya melakukan transaksi di Shopee serta konsumen Shopee dapat menerima saran ataupun permintaan yang diberikan oleh penjual di Shopee. Berdasarkan kesimpulan diatas maka sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa kepercayaan berpengaruh kepada keputusan pembelian.

4. Adanya pengaruh variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 19.1% diantaranya ada variabel kualitas produk, keamanan dan citra merek yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian

V.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dilakukan tentunya mempunyai banyak keterbatasan bagi peneliti. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain:

1. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan kelompok remaja yang pernah berbelanja *online* di Shopee.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebanyak 30 butir yang dibagikan kepada 75 responden kelompok remaja yang pernah berbelanja *online* di Shopee, sehingga kesimpulan yang diperoleh diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.
3. Penelitian ini hanya meneliti keputusan pembelian dengan menggunakan variabel promosi, harga, dan kepercayaan sehingga keterbatasan dalam pengukuran penggunaan variabel memungkinkan belum memperlihatkan secara penuh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

V.3. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan pada promosi terhadap keputusan pembelian, peneliti memberikan saran agar mengembangkan strategi promosi yang sudah ada seperti pada promosi *social media marketing* untuk lebih menambahkan informasi mengenai promo *cashback* dan *flashsale* di *social media*, karena banyak konsumen yang tidak mendapatkan informasi promo di *social media*. Dan perusahaan dapat mengembangkan strategi promosi pada *online public relations* dengan memperbaharui tampilan *website* lebih baik dan mudah untuk digunakan serta perusahaan juga dapat menggunakan *brand ambassador* seperti

influencer atau *public figure* untuk memberi daya tarik terhadap konsumen untuk melakukan belanja *online* di Shopee. Karena banyak konsumen tertarik melakukan belanja *online* disebabkan oleh tampilan *website* yang menarik dan mudah dimengerti.

2. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian, peneliti memberikan saran agar perusahaan dapat mengembangkan strategi harga yang sekarang sudah ada dengan memberikan potongan harga pada ongkos kirim agar para konsumen dapat merasakan perbedaan harga yang dirasakan ketika melakukan belanja *online* dibandingkan dengan belanja secara *offline*, selain itu Shopee dapat menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan oleh toko *offline* ataupun *e-commerce* lain. karena banyak konsumen sangat memperhatikan harga terlebih dahulu ketika ingin berbelanja *online*.
3. Dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan pada kepercayaan terhadap keputusan pembelian, peneliti memberikan saran agar perusahaan tetap menjaga kredibilitas baik yang sudah dimiliki dan perusahaan juga harus mempertahankan serta meningkatkan kualitas dari para *seller* yang dimiliki agar tingkat kepercayaan konsumen terhadap Shopee semakin tinggi. Dengan cara menambah testimoni dari konsumen disetiap produk yang dijual serta para penjual dapat memberikan respon yang tepat waktu pada pembeli agar pembeli mendapatkan informasi mengenai produk dengan benar. Selain itu konsumen diwajibkan untuk memberikan testimoni pada produk yang dibeli serta mengisi taraf kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai penelitian yang dibuat oleh peneliti, diharapkan untuk bisa menambahkan beberapa variabel yang tidak dibahas oleh peneliti atau diluar variabel yang telah diambil oleh peneliti, dengan tujuan agar penelitian selanjutnya lebih bervariasi sehingga dapat mengetahui pengaruh-pengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian secara lebih mendalam dan lebih luas guna menambahkan akurasi serta kesempurnaan dalam penelitian selanjutnya.