

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Strategi Promosi memberikan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu variabel Strategi Promosi juga memberikan pengaruh Tidak Signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee. Didapatkan hasil keberadaan strategi promosi yang digunakan oleh aplikasi Shopee mampu membuat pelanggan melakukan transaksi belanja dan meningkatkan Keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Dapat diartikan juga bahwa strategi promosi pada aplikasi Shopee mampu menyampaikan pesan dengan baik kepada pelanggan melalui promosi dan tawaran yang dilakukan untuk meningkatkan Keputusan pelanggan.
2. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Strategi Promosi memberikan pengaruh positif terhadap Minat Beli. Selain itu variabel Strategi Promosi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada aplikasi Shopee. Didapatkan hasil bahwa Strategi Promosi yang dimiliki oleh aplikasi Shopee mampu membuat pelanggan melakukan transaksi dan meningkatkan Minat Beli pada aplikasi Shopee. Dapat diartikan juga bahwa aplikasi Shopee memiliki penilaian yang baik diterima oleh pelanggan sehingga mampu meningkatkan Minat Beli.
3. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu variabel Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi

Shopee. Didapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan yang dimiliki oleh aplikasi Shopee, mampu membuat pelanggan melakukan transaksi dan meningkatkan Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee. Dapat diartikan juga bahwa aplikasi Shopee telah memiliki penilaian yang baik oleh pelanggan sehingga mampu meningkatkan Keputusan Pembelian

4. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap Minat Beli. Selain itu variabel Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada aplikasi Shopee. Didapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan yang dimiliki aplikasi Shopee mampu membuat pelanggan melakukan transaksi pada aplikasi Shopee.
5. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Minat Beli memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu variabel Minat Beli juga memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada aplikasi Shopee. Didapatkan hasil bahwa Minat Beli yang dimiliki pada aplikasi Shopee mampu membuat pelanggan melakukan transaksi pada aplikasi Shopee. Dapat diartikan juga bahwa aplikasi Shopee telah memiliki penilaian yang baik oleh pelanggan sehingga mampu membuat pelanggan tidak terlalu memikirkannya.
6. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Strategi Promosi memberikan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Minat Beli. Selain itu variabel Strategi Promosi juga memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Minat Beli pada aplikasi Shopee. Didapatkan hasil bahwa keberadaan Strategi Promosi yang digunakan oleh aplikasi Shopee berhasil membuat para pelanggan yang telah melakukan transaksi secara terus menerus sesuai kebutuhan pelanggan dan menjadi pelanggan yang baik. Dapat diartikan juga bahwa strategi promosi mampu mempromosikan Perusahaan dengan baik, sehingga

para pelanggan tertarik untuk melakukan transaksi berulang, dan menumbuhkan Keputusan Pembelian.

7. Dengan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Minat Beli. Selain itu variabel Kualitas Pelayanan juga memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Minat Beli pada aplikasi Shopee.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dikemukakan bahwa strategi promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada produk Shopee, tetapi strategi promosi tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian, maka dengan ini diharapkan pihak Shopee dapat memperbaiki kekurangan yang masih ada, meningkatkan lagi strategi promosi yang dibutuhkan oleh konsumen. Serta terus mempertahankan kinerja yang telah terbentuk sehingga konsumen akan lebih antusias dan terus berbelanja pada Shopee.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi Penelitian Selanjutnya Karena penelitian masih jauh dari sempurna dan hanya sebatas strategi promosi terhadap minat beli, maka diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperluas variabel penelitian yang nantinya akan diamati seperti Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Keputusan Pembelian, dan sebagainya. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian selanjutnya akan lebih baik.