

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis olah mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Diploma III, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya), maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan secara parsial atau uji t diketahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu dengan hasil uji t_{hitung} sebesar $4,837 > t_{tabel}$ sebesar 1,655. Dan perbandingan hasil taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, hasil ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang diberikan di Marketplace Shopee dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Hasil perhitungan secara parsial atau uji t diketahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yaitu dengan hasil nilai t_{hitung} sebesar 6,177 $> t_{tabel}$ sebesar 1,655. Dan perbandingan hasil taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, hasil ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan di Marketplace Shopee dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

3. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan (bersama sama), hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $80,742 > 3,06$, dan kemudian membandingkan dengan taraf signifikan $0,05$, yaitu taraf signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Untuk menentukan variabel yang paling dominan dengan cara melihat dari hasil uji regresi berganda, variabel yang memiliki β semakin menjauhi nol (0), yaitu variabel kualitas produk memiliki β sebesar $0,381$ dan variabel harga β sebesar $0,487$, jadi dapat disimpulkan variabel yang paling dominan berpengaruh yaitu variabel harga.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengemukakan saran:

1. Shopee diharapkan tetap mempertahankan kualitas produk yang sudah ada serta meningkatkan kualitas produk tersebut. Karena dengan kualitas produk yang baik, konsumen berminat atau memutuskan untuk membeli produk di Shopee. Hal ini didasari analisis yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee pada mahasiswa Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Shopee diharapkan tetap mempertahankan kesesuaian harga yang sudah ada serta menambah variasi harga, agar dapat bersaing dengan Marketplace lainnya. Karena dengan adanya harga yang lebih murah, konsumen berminat atau memutuskan untuk membeli produk di Shopee. Hal ini didasari analisis yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Marketplace Shopee pada mahasiswa Program Studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengkaji, meneruskan dan mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor-faktor lain seperti seperti citra merek, kualitas pelayanan, kemudahan, fitur, kepercayaan, dan sebagainya, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dibahas dalam penelitian ini.