

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sebelumnya telah dilakukan mengenai pengaruh iklan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada situs jual- beli *online* Shopee (studi pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya prodi manajemen Angkatan 2016) didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs jual – beli *online* Shopee. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,684 > 1,976$) dan dengan nilai Signifikan (Sig.) $0,000 < 0,05$. Yang artinya Iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila perusahaan meningkatkan iklan yang berorientasi pada konsumen, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs jual – beli *online* Shopee. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,254 > 1,976$) dan dengan nilai Signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$. Yang artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
3. Keputusan pembelian pada situs jual – beli *online* Shopee dipengaruhi oleh iklan dan kualitas pelayanan. Hal ini dapat ditunjukkan oleh hasil nilai uji f yang didapatkan dari nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($53,033 > 3,06$) dengan tingkat signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$. Yang artinya Keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan apabila perusahaan telah menerapkan iklan dan kualitas pelayanan yang berorientasi pada konsumen dengan baik.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, implikasi manajerial yang dapat dituangkan adalah sebagai berikut :

1. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, yang berarti Shopee harus terus dapat menciptakan berbagai strategi pemasaran salah satunya iklan demi memberi informasi dengan ide-ide yang lebih kreatif, inovatif dan tidak mengganggu konsumen yang akan melihat iklan yang dipilih demi dapat terus mempertahankan juga menarik konsumen baru agar tertarik untuk melakukan pembelian pada Shopee dan karena dengan berkembangnya era digital ini, maka persaingan dalam hal promosi dari berbagai situs jual-beli *online* pun akan semakin kompetitif untuk dapat menarik minat beli dari konsumen.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang berarti Shopee harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan demi mencapai kepuasan dari konsumen baik sebelum maupun sesudah melakukan transaksi pada situs jual-beli Shopee ini. Karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian kembali juga loyalitas dari konsumen.