

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sebelumnya telah dilakukan mengenai pengaruh iklan (X1) dan kepuasan pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada situs jual-beli online toko shopee (studi pada pt pan expres di dapatkan hasil sebagai berikut :

1. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs jual-beli online toko shopee. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai  $t_{hitung}$  lebih besar ( $>$ ) dari  $t_{tabel}$  ( $3.437 > 2,006$ ) dan dengan nilai signifikan (Sig.)  $0,001 < 0,05$  yang artinya iklan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila perusahaan meningkatkan iklan yang berfokus pada konsumen, maka keputusan pembelian konsumen pasti akan meningkat.
2. Kepuasan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs jual-beli online toko shopee. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t yang didapatkan dari nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari ( $>$ )  $t_{tabel}$  ( $3.887 > 2,006$ ) dan dengan nilai signifikan (Sig.)  $0,000 < 0,05$  yang artinya kepuasan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, apabila perusahaan meningkatkan kepuasan pelayanan yang berfokus pada konsumen, maka keputusan pembelian konsumen pasti akan meningkat.
3. Keputusan pembelian pada situs jual – beli online toko shopee yang dipengaruhi iklan dan kepuasan pelayanan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji f yang didapatkan dari nilai  $f_{hitung}$  lebih besar ( $>$ ) dari  $F_{tabel}$  ( $707.591 > 3.17$ ) dan dengan nilai signifikan (Sig.)  $0,000 < 0,05$ . Yang artinya keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan apabila perusahaan lebih menerapkan iklan dan kepuasan pelayanan yang berfokus pada konsumen dengan baik.

## 5.2 Implikasi Manajerial

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

1. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, yang berarti shoppe harus terus menerus menuangkan berbagai strategi pemasaran yang lebih kreatif ,inovatif dan dapat menarik konsumen baru terhadap iklan tersebut untuk melakukan pembelian pada shoppe karena berkembang di era digital yang sudah melebar luaskan,maka persaingan yang ketat dalam jual-beli *online* di shopee yang kompetitif dapat menarik minat beli pada konsumen.
2. Kepuasan Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang berarti shopee harus dapat meningkatkan kepuasan pelayanan terhadap konsumen saat berorientasi pada kebutuhan demi mencapai kepuasan dari konsumen yang baik sebelum melakukan transaksi pada situs jual-beli online pada shopee . pada kepuasan pelayanan terhadap konsumen dalam menjawab apa yang diinginkan konsumen, maka akan semakin dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap loyalitas dari konsumen terhadap kepuasan pelayanannya.