

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis oleh peneliti mengenai kualitas produk sebagai variabel X_1 , Promosi sebagai variabel X_2 , Keputusan Pembelian sebagai variabel Y dan Minat Beli sebagai variabel Z , sehingga peneliti menarik kesimpulan sebagaimana berikut ini:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dilakukan shopee maka semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa bhayangkara prodi manajemen.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi yang di ditawarkan ke pada konsumen maka akan semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa bhayangkara prodi manajemen.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk pada Shopee maka semakin baik pula minat beli konsumen untuk membeli produk tersebut dikalangan mahasiswa bhayangkara prodi manajemen.
4. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi yang ditawarkan maka semakin baik

pula konsumen untuk membeli produk tersebut dikalangan mahasiswa bhayangkara prodi manajemn.

5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik minat beli konsumen terhadap produk Shopee maka akan semakin baik pula konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
6. Minat beli mampu memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik kualitas produk pada Shopee maka peminat untuk membeli semakin baik dalam melakukan keputusan pembelian pada produk Shopee.
7. Minat beli mampu memediasi promosi terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik promosi yang ditawarkan pada mahasiswa bhayangkara prodi manajemen. Maka peminat untuk membeli semakin baik dalam melakukan keputusan pembelian pada produk Shopee.

5.2 Keterbatasan penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal dan lebih baik lagi. Maka, keterbatasan tersebut diantaranya:

1. Dalam penelitian ini data yang dihasilkan hanya dari instrumen kuesioner berdasarkan persepsi jawaban reponden secara tertulis maupun online melalui *google form* tanpa dilengkapi dengan wawancara untuk memperkuat data penelitian.

2. Item pernyataan yang ada pada kuesioner dalam penelitian ini hanya fokus pada frekuensi pembelian secara online saja tanpa dilengkapi dengan adanya pembelian secara offline dan online untuk melakukan keputusan pembelian produk.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Sehingga perlu di kembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka saran yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Dalam penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil sample yang lebih banyak. Hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.
 - b. Melakukan penelitian yang berkelanjutan, hal ini agar dapat melihat dan menilai setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.
 - c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya namun dengan bentuk yang berbeda dan lebih menarik lagi untuk sebuah penelitian.

2. Bagi perusahaan

- a. Diharapkan perusahaan Shopee tetap unggul dalam kualitas produk dan promosi yang diberikan kepada pelanggan agar perusahaan shopee menjadi marketplace paling tepat dalam melakukan pembelian online.
- b. Diharapkan shopee dapat memilih produk yang tepat dengan kebijakan promosi dan integritas yang baik sebagai media promosi penjualan produk Shopee sehingga konsumen dapat langsung melakukan suatu keputusan pembelian.
- c. Diharapkan dapat memberikan inovasi produk Shopee terbaik dan tepat sehingga konsumen pun akan selalu percaya dengan produk Shopee dan dapat langsung melakukan pembelian hingga pembelian ulang produk Shopee.

