

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian. Variabel bebas yang diuji dalam penelitian ini mencakup Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Social Media Marketing (X3), sementara variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y), baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan hal-hal berikut:

1. Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ecommerce* Shopee.
2. Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ecommerce* Shopee.
3. Social Media Marketing (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ecommerce* Shopee.
4. Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Social Media Marketing (X3) memiliki pengaruh bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian Pada *Ecommerce* Shopee.

5.3 Saran

Beberapa rekomendasi dapat disarankan dengan harapan memberikan keuntungan bagi perusahaan dan *stakeholders* terkait. Saran-saran yang diusulkan meliputi:

1. Pihak Shopee sebaiknya berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas harga produk, mengingat bahwa variabel harga memiliki pengaruh

dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, peningkatan mutu harga dapat memberikan kontribusi positif pada peningkatan keputusan pembelian.

2. Mengingat signifikansinya variabel bebas dalam penelitian ini dalam memengaruhi Keputusan Pembelian, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya. Penelitian tersebut dapat mempertimbangkan penambahan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini untuk memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian.

