

BAB V

SIMPULAN & SARAN

A. Simpulan

Dalam penelitian ini mengenai Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan respondennya adalah Mahasiswa STIE Putra Perdana Indonesia Citra Raya Jurusan Manajemen Angkatan 2018, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel uji t (parsial), bahwa secara nyata variabel Harga (X_1) mempunyai pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dimana nilai $t_{hitung} = 2,735 >$ dari $t_{tabel} 2,001$ dan nilai signifikan $0,008 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan secara parsial variabel Harga (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai pengaruh sebesar 34,6%.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial), bahwa secara nyata variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dimana nilai $t_{hitung} 3,391 >$ lebih dari $t_{tabel} 2,001$ dan nilai signifikasi $0,001 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai pengaruh sebesar 42,9%.

3. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa $F_{hitung} 30,055 >$ dari $F_{tabel} 3,155$. Hal ini membuktikan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat dinyatakan secara simultan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai pengaruh sebesar 49,2%.

B. Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi penjual di Shopee, agar memperhatikan harga produk yang dijual serta kesesuaian harga produk dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan, dengan begitu pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat semakin meningkat.
2. Bagi manajemen Shopee, agar meningkatkan kualitas pusat pelayanan dalam memberikan solusi dan cepat dalam memberi tanggapan pelanggan supaya pengguna Shopee dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dengan baik.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lain seperti promosi, kualitas produk, citra merek dan lainnya untuk penelitian sejenis, sehingga dapat mengidentifikasi lebih banyak variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di Shopee.