

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

##### 1. Promosi Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Hal tersebut disebabkan oleh durasi dari kegiatan promosi penjualan yang terbatas dan juga nilai hadiah yang di dapat juga tidak terlalu besar serta persaingan yang ketat untuk mendapatkan hadiah di Shopee ini membuat calon pembeli tidak terlalu menggunakan promosi penjualan sebagai faktor utama untuk melakukan keputusan pembelian.

##### 2. Keterlibatan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel keterlibatan konsumen tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Hal tersebut disebabkan oleh konsumen dan tidak begitu memperhatikan identifikasi produk yang ingin dibeli dan *marketplace* Shopee juga bukan satu pilihan yang dijadikan calon pembeli untuk membeli produk yang mereka inginkan.

### 3. Harga

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Hal tersebut dibuktikan oleh konsumen bahwa produk yang dijual di *marketplace* Shopee memiliki harga yang lebih terjangkau daripada *marketplace* lain serta harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima oleh konsumen.

### 4. Pengaruh promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan, keterlibatan konsumen, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee. Hal tersebut dibuktikan oleh karena produk yang ditawarkan oleh *marketplace* Shopee dinilai telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan *Marketplace* Shopee
  - a. Perusahaan harus melakukan promosi penjualan dengan benar dan selalu melakukan inovasi. Perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi penjualan tidak perlu takut meningkatkan promosi penjualan. Karena promosi merupakan senjata yang paling efektif dalam memenangkan persaingan pasar.
  - b. Jangka waktu dalam melakukan promosi penjualan juga semakin diperpanjang dan hadiah dalam kegiatan promosi penjualan diperbanyak serta dibuat lebih menarik, agar anggota dalam *marketplace* Shopee semakin tertarik dengan adanya kegiatan promosi

penjualan yang dilakukan oleh perusahaan Shopee yang nantinya akan merangsang orang untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan jenis perusahaan yang berbeda sebagai objek penelitian dan juga menambah jumlah sampel penelitian.