

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Faktor - faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian melalui online shop pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 universitas jambi adalah faktor Kualitas, faktor persepsi dan motivasi, dan faktor promosi . Adapun faktor kualitas terdiri dari faktor Valensi, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan kualitas, Kesesuaian harga dengan manfaat, Jumlah ulasan, kualitas argumen. Adapun faktor persepsi dan motivasi terdiri dari faktor Tindakan, Keinginan, Masa potongan harga, jenis produk potongan harga, kredibilitas sumber, Ketertarikan, Manfaat yang dirasakan. Sedangkan faktor promosi terdiri dari faktor Perhatian, Keterjangkauan harga, Besaran potongan harga.
2. Faktor yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Keputusan pembelian melalui online shop pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 universitas jambi yaitu faktor Kualitas. Adapun faktor kualitas tersebut memberikan kontribusi pengaruhnya sebesar 49,489%.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat membantu perusahaan *E-commerce* dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online
2. Penelitian ini memberikan informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, membantu perusahaan untuk mengembangkan produk dan menawarkan produk yang lebih menarik seperti diskon atau penawaran lainnya
3. Perusahaan *E-commerce* dapat menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi untuk mengadakan seminar, workshop, atau program edukasi lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran konsumen tentang belanja online yang aman dan menguntungkan

5.3 Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan yang ada, maka penulis mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi pelaku bisnis online agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan pentingnya menjaga kepercayaan dan keamanan antara penjual dan pembeli agar terhindar dari unsur penipuan yang tidak diinginkan.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar menyempurnakan penelitian ini dengan meneliti kembali dan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian melalui online shop dan peneliti selanjutnya dapat menjelaskan dengan porsi yang lebih besar.