

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang didapat dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022 yang berarti bahwa semakin tinggi keterjangkauan harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022 yang artinya semakin baik ulasan produk yang dilihat maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada Harga dan Ulasan produk terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022. Artinya adalah tinggi rendahnya keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022 secara simultan dipengaruhi oleh harga dan ulasan produk

5.2. Implikasi

Implikasi pada penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada peneliti, subjek penelitian, dan pembaca tentang pengaruh harga dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Shopee pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2022. Penelitian dengan judul "Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2022" memiliki beberapa implikasi yaitu :

1. **Pemahaman Konsumen:** Penelitian ini dapat membantu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi untuk memahami perilaku konsumen, terutama dalam konteks pembelian online di platform seperti Shopee. Mereka dapat memahami faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga dan ulasan produk.
2. **Strategi Pemasaran:** Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penjual dan pemasar di Shopee. Mereka dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti menetapkan harga yang sesuai dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. **Peningkatan Kualitas Produk:** Penelitian ini juga dapat mendorong penjual di Shopee untuk meningkatkan kualitas produk mereka. Melalui pemahaman bahwa ulasan produk mempengaruhi keputusan pembelian, penjual dapat berupaya untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas produk mereka agar mendapatkan ulasan yang lebih baik dari konsumen.

4. Penelitian Lanjutan: Temuan dari penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan dalam bidang yang sama atau terkait. Misalnya, penelitian lebih lanjut bisa mengeksplorasi lebih dalam faktor-faktor apa lagi yang memengaruhi keputusan pembelian di platform e-commerce, atau apakah ada perbedaan perilaku pembelian antara mahasiswa Pendidikan Ekonomi dengan mahasiswa dari jurusan lain.
5. Relevansi Kurikulum: Hasil penelitian ini juga dapat memiliki implikasi terhadap kurikulum pendidikan ekonomi di Universitas Jambi atau institusi pendidikan lainnya. Mereka dapat mempertimbangkan untuk menyertakan materi tentang perilaku konsumen dalam konteks pembelian online dalam kurikulum mereka untuk mempersiapkan mahasiswa dengan pengetahuan yang relevan untuk pasar kerja.
6. Pengembangan Profesional: Mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang terlibat dalam penelitian ini dapat mengembangkan keterampilan penelitian, analisis data, dan pemecahan masalah, yang semuanya merupakan keterampilan penting dalam karir profesional di bidang ekonomi, pemasaran, atau bisnis. Penelitian ini dapat menjadi titik awal bagi mereka untuk mengejar karir di bidang terkait.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku pembelian di platform e-commerce kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2022, tetapi juga memiliki implikasi yang luas dalam konteks pemasaran, pengembangan produk, pendidikan, dan pengembangan profesional.

5.3. Saran

Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang ada, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai keterjangkauan harga yang mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Shopee, maka peneliti menyarankan mahasiswa untuk melakukan riset harga. Sebaiknya sebelum membeli produk di Shopee, lakukan riset harga terlebih dahulu. Bandingkan harga produk yang sama di beberapa toko untuk memastikan Anda mendapatkan penawaran terbaik. Dan memanfaatkan fitur perbandingan harga di Shopee untuk membandingkan harga produk dari berbagai penjual. Ini akan membantu Mahasiswa menemukan penjual yang menawarkan harga terendah.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai ulasan produk yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* Shopee, maka peneliti menyarankan mahasiswa untuk memeriksa ulasan produk. Sebelum membeli, pastikan untuk memeriksa ulasan produk dari pembeli sebelumnya. Ini dapat memberi Anda gambaran tentang kualitas produk dan apakah itu sepadan dengan harganya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak terdapat di penelitian ini. Faktor faktor lain yang mempengaruhi mahasiswa dalam kegiatan Keputusan Pembelian di *marketplace* Shopee seperti variabel diskon, rating, jenis seller, jumlah barang yang terjual pada sebuah produk, dan lain sebagainya.