

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana harga, promosi, dan kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian. Survei tersebut melibatkan 67 pelanggan yang pernah membeli di Shopee yang merupakan Mahasiswa program studi MBS angkatan 2017 FEBI IAIN Kudus. Berikut kesimpulan berdasarkan hasil studi statistik yang telah dilakukan:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Mahasiswa program studi MBS angkatan 2017 FEBI IAIN Kudus. Variabel harga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan dengan harga yang terjangkau dibanding marketplace yang lain, maka konsumen senang berbelanja di marketplace tersebut. Mahasiswa MBS angkatan 2017 IAIN Kudus sangat memperhatikan harga dalam melakukan keputusan pembelian, mengingat di era sekarang dengan mudah untuk membandingkan harga sehingga harga menjadi faktor paling berdampak pada keputusan pembelian
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Mahasiswa program studi MBS angkatan 2017 FEBI IAIN Kudus.
3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada Mahasiswa program studi MBS angkatan 2017 FEBI IAIN Kudus.

B. Saran-saran

Penulis memberikan berbagai saran berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan topic yang serupa, disarankan untuk memperluas cakupan penelitiannya dan menambah

- jumlah responden agar dapat memaksimalkan generalisasi temuannya.
2. Variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian harus digunakan dalam penelian kedepannya. Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 54,1% berarti 45,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel eksternal dari penelitian ini.

