

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Bersumber pada hasil riset serta ulasan yang berpusat pada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee yang ditinjau dari lifestyle, program korting serta mutu produk dalam theory of planned behavior pada mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha islam selaku selanjutnya:

1. *Lifestyle* mempengaruhi dengan cara penting kepada ketetapan pembelian online di aplikasi Shopee, sehingga H_1 diperoleh. Teruji lewat hasil riset kalau melalui hasil penelitian bahwa $t_{hitung} (9,854) > t_{tabel} (1.6071)$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Artimya angka *lifestyle* yang mengarah lebih positif kepada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee sanggup membagikan ketetapan pembelian yang lebih besar nagi responden buat membeli produk di shopee..
2. Program diskon mempengaruhi dengan cara penting kepada ketetapan pembelian online di aplikasi Shopee. sehingga H_2 diperoleh. Teruji lewat hasil riset kalau $t_{hitung} (3,752) > t_{tabel} (1.6071)$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Artimya nilai program diskon yang mengarah lebih positif kepada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee sanggup membagikan ketetapan pembelian yang lebih besar nagi responden buat membeli produk di shopee..
3. Kualitas produk mempengaruhi dengan cara penting kepada ketetapan pembelian online di aplikasi Shopee. Alhasil H_3 diterima. Terbukti melalui hasil penelitian bahwa $t_{hitung} (2.155) > t_{tabel} (1.6071)$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Artimya angka mutu produk yang mengarah lebih positif kepada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee sanggup membagikan ketetapan pembelian yang lebih besar nagi responden buat membeli produk di shopee

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan semaksimal mungkin, akan tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Variabel penelitian ini hanya berfokus pada variabel *lifestyle*, program diskon dan kualitas produk dalam *theory of planned behavior* (TPB) terhadap keputusan pembelian.
2. Sampel yang digunakan relatif kecil yaitu 100 responden.

3. Analisis data yang digunakan berdasarkan persepsi jawaban responden. Persepsi saat ini dapat berbeda di lain waktu.
4. Keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga mengakibatkan penelitian kurang maksimal.

C. Saran-Saran

Berdasarkan hasil di atas, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Bagi pihak Shopee diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk melalui informasi dalam kemasan produk untuk menjaga kepercayaan konsumen, Selain itu, diharapkan bagi manajer pemasaran dan agen periklanan yang berhubungan dengan produk yang ada di shopee dengan memperhatikan dan menerapkan *theory of planned behavior* yang terbukti positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi konsumen diharapkan lebih selektif untuk mengetahui segala informasi produk supaya tidak ada unsur kecewa.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel bebas lain yang mungkin dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan objek penelitian yang lebih luas, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dan mendalam. .