

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Lingkungan Sosial, Psikologi konsumen dan *Islamic Advertising Ethics* terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Tokopedia (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Tokopedia), maka diperoleh kesimpulan:

1. Variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* di Tokopedia. Artinya variabel lingkungan sosial tidak memberikan kontribusi langsung terhadap keputusan pembelian secara *online*.
2. Variabel psikologi konsumen merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia. Psikologi konsumen merupakan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh dorongan psikologis manusia. Artinya semakin kuat variabel psikologis konsumen semakin tinggi konsumen memutuskan untuk melakukan proses keputusan pembelian *online* di Tokopedia.
3. Variabel *Islamic Advertising Ethics* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia. Artinya, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *Islamic Advertising Ethics* yang diberikan Tokopedia maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Sehingga *Islamic Advertising Ethics* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pengguna Tokopedia dapat diterima.

B. Kelemahan Penelitian

Dalam penelitian memiliki kelemahan yaitu pada variabel lingkungan sosial. Dimana pada lingkungan sosial ini tidak berpengaruh dalam keputusan pembelian. Konsumen masih banyak yang belum menyadari tentang penerapan dan pentingnya lingkungan sosial dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian.

C. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, penulis ingin memberi saran dan diharapkan saran dari penulis ini dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat terus mempertahankan lingkungan sosial dengan memberikan diskon agar lebih menarik perhatian konsumen untuk membeli produk di Tokopedia. Dan juga mempertahankan psikologi konsumen dalam merancang dan menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dan efisien terutama dalam mempengaruhi konsumen, dengan mengetahui dan memahami perilaku konsumen. Juga bisa dengan menambah beberapa aneka ragam produk di Tokopedia.
2. Bagi masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang penerapan prinsip-prinsip syariah mengenai *Islamic Advertising Ethics*.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya dapat menggali variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Tokopedia.

