

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pengujian yang telah dilakukan untuk Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Produk *Online* di *Shopee* melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada mahasiswa/i Febi Uin Raden Fatah Palembang mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang
4. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang
5. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang
6. Kepuasan konsumen tidak memediasi promosi terhadap keputusan membeli produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang

7. Kepuasan konsumen memediasi harga terhadap keputusan membeli produk *online* di *Shopee* pada mahasiswa/i Febi UIN Raden Fatah Palembang

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Pada Variabel promosi, apabila *e-commerce Shopee* terus melakukan promosi yang bervariasi setiap bulannya, maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian, dan kemudahan dalam menggunakan promosi konsumen akan merasa puas dan promosi yang ditawarkan konsumen

akan merasa memperoleh banyak keuntungan. Pada variabel harga, apabila *e-commerce Shopee* terus menerus menawarkan produk dengan harga yang terjangkau serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, maka pembeli akan merasa puas dan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Misalnya dengan menambahkan variabel kepercayaan, kualitas pelayanan, produk dan sebagainya. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

b. Populasi dan sampel penelitian lebih diperluas, tidak hanya kalangan mahasiswa namun juga kalangan karyawan, ibu rumah tangga, dan sebagainya, agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

