

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan tentang peran ulasan produk, kemudahan, kepercayaan dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian *marketplace* shopee produk Living Acrylic. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Ulasan produk secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, dengan nilai signifikansi sebesar $0,176 > 0,05$, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Ulasan Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 2) Kemudahan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, dengan nilai signifikansi sebesar $0,106 > 0,05$, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 3) Kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

- 4) Harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 5) Ulasan produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Ulasan produk, Kemudahan, Kepercayaan dan Harga secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1) Bagi Living Acrylic

Harga merupakan variabel paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Living Acrylic pada *marketplace* Shopee, pihak Living Acrylic dapat mempertahankan atau mengatur lagi agar strategi dalam menetapkan harga bisa lebih baik lagi. Pengaruh paling besar kedua yaitu variabel kepercayaan, diharapkan pihak Living Acrylic menjaga kepercayaan

konsumen dengan terus memberikan pelayanan dan menyediakan produk yang berkualitas.

Ulasan produk dan Kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, artinya banyak konsumen yang tidak memperhatikan ulasan produk dan kemudahan yang diberikan oleh pihak *marketplace*, karena mereka sudah percaya harga yang ditawarkan oleh pihak Living Acrylic sudah sesuai dengan kualitas produk nya.

2) Bagi penelitian berikutnya

Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang tidak diteliti, karena sisa dari variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian masih tersisa sebesar 48,2%.