

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

5.1 Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan kuisioner yang telah disebar, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju bahwa persepsi konsumen mengenai harga pada Shopee sangat baik dan responden setuju bahwa efektivitas strategi promosi tanggal cantik Shopee sangat baik. Serta keputusan pembelian konsumen terhadap Shopee sangat baik.
2. Terbukti bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
3. Terbukti bahwa efektivitas strategi promosi tanggal cantik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat menyatakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Untuk perusahaan agar tetap mempertahankan persepsi harga dan strategi promosi yang sudah baik pada Shopee dan tetap meningkatkan persepsi harga dan strategi promosi terlebih kepada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pada variabel persepsi harga perusahaan dapat meningkatkan kualitas



produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan pada Shopee sehingga konsumen dapat mendapatkan manfaat yang sesuai dengan harga yang ditawarkan dan pembelian akan semakin meningkat. Pada variabel efektivitas strategi promosi perusahaan dapat meningkatkan lagi promosi program seperti *Shopee 11.11 Big Sale* dengan lebih menarik dan dengan promo- promo yang lebih memberikan keuntungan kepada konsumen agar konsumen dapat lebih tertarik saat berbelanja dengan program *Shopee 11.11 Big Sale* dan akan melakukan kegiatan pembelian pada saat program tersebut. Dengan melakukan peningkatan pada persepsi harga dan strategi promosi yang lebih baik akan menimbulkan keputusan pembelian terhadap Shopee.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap dapat memberikan pengetahuan mengenai persepsi harga dan efektivitas strategi promosi pada keputusan pembelian Shopee. Peneliti juga menyarankan peneliti selanjutnya untuk menggali lebih lagi tentang teori persepsi harga, efektivitas strategi promosi, dan keputusan pembelian, juga diharapkan untuk menggunakan variabel- variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Shopee.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.