

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilaksanakan dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di *TikTok Shop*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin sesuai harga yang ditentukan, maka semakin meningkat juga keputusan pembelian dan jika harga yang ditentukan tidak sesuai, maka keputusan pembelian melalui *TikTok Shop* juga akan menurun.
2. Bauran promosi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie di *TikTok Shop*. Sehingga, dapat diartikan bahwa semakin gencar bauran promosi yang dilakukan, maka semakin meningkat juga keputusan pembelian dan jika bauran promosi yang dilakukan tidak gencar, maka keputusan pembelian melalui *TikTok Shop* juga akan menurun.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
  - 1) *TikTok Shop* perlu memperhatikan penetapan harga yang berada di rentang skala setuju agar dapat mencapai nilai sangat setuju, terutama dalam penetapan harga yang sesuai. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh *TikTok Shop* adalah dengan menetapkan harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan untuk pelanggan.





- 2) Bauran promosi yang dilakukan *TikTok Shop* telah berada di rentang skala sangat setuju dan nilai tersebut perlu dipertahankan dengan memperhatikan bauran promosi yang dilakukan. Cara yang dapat dilakukan *TikTok Shop* adalah dengan menginformasikan atau mengedukasi *seller* dalam memanfaatkan fitur *chat* dengan maksimal untuk melakukan penawaran secara langsung kepada pelanggan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Diharapkan bahwa peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian serupa dengan subjek yang berbeda agar dapat memperkaya hasil penelitian, sehingga dapat menjadi bahan perbandingan dengan penelitian ini.
- 2) Diharapkan bahwa peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda terhadap keputusan pembelian melalui *TikTok Shop*, sehingga dapat memperluas cakupan variabel dan penelitian akan semakin bermanfaat.

**© 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.