

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Tokopedia. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Surabaya)” sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t pada tabel 4.11 didapatkan bahwa Kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.
2. Dari hasil uji t pada tabel 4.11 didapatkan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.
3. Dari hasil uji t pada tabel 4.11 didapatkan bahwa Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.
4. Dari hasil uji F didapatkan bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.

5.2 Saran

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

1. Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan tolak ukur perusahaan untuk memaksimalkan penjualan di *marketplace*. Pada variabel kualitas produk, Tokopedia sudah memberikan kualitas produk yang baik. Dari segi harga, apabila *marketplace* Tokopedia terus menawarkan produk dengan harga dan kualitas dan manfaat , maka pembelian yang dilakukan konsumen semakin meningkat. Dari segi promosi, *marketplace* Tokopedia bisa memberikan promosi bervariasi setiap bulan, karena dengan promosi yang ditawarkan konsumen akan merasa memperoleh banyak keuntungan.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti diluar variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Keputusan pembelian.

(Halaman ini sengaja dikosongi)

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arumsari, Dheany. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2012.
- Daft, Richard L. 2015. *Management, 12th Edition*, Cengage Learning, Boston, United States of America, MA 02310.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fanny Puspita Sari dan Tri Yuniati. 2016. Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol.5, No.6, hal.1-15*.
- Garvin, David A. alih bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta, 2016), 134.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Haryanto, Rudy. Hotman Panjaitan dan Ujianto. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Nilai Nasabah terhadap Citra Perbankan serta Implikasinya pada Keputusan Nasabah Menabung dengan Karakteristik Nasabah sebagai Variabel Moderating pada Perbankan Syariah di Madura”.Madura: *Jurnal Doktor Ekonomi*,Vol.1 No.1. pada tanggal 7 Februari 2018 pukul 08.54 WIB.
- Herman. 2021. “Bertambah 2,5 Juta. Penjual di Tokopedia capai total 9,9 juta penjual”. Di <https://beritasatu.com>.
- Jalaludin, Achmad, et al. 2015. “Pengaruh promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.21 No.1 April 2015 – Universitas Brawijaya Malang, 2015.
- Koto, Dessy Kartika F. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan”. Skripsi – Universitas Sumatera Utara, 2017
- Kotler, Philip, 2017. *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation and Control*, Nine Edition, New Jersey: Prentice Hall International, Inc

- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2016. *A Framework of Marketing Management, Sixth Edition, Pearson Education Limited, England.*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing, Seventeenth Edition, Pearson Education Limited, United Kingdom.*
- Mega, T Marieta dan Soni Harsono, “Pengaruh Harga, Nilai Manfaat dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone Blackberry di Surabaya” *Journal of Bussines dan Banking* Volume 3 No.2 November 2013- STIE Perbanas, Surabaya, 2013.
- Melly, et al. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba pada Mahasiswa Kota Padang”. *E-Journal Fakultas Ekonomi – Universitas Bung Hatta Padang, 2013.*
- Panjaitan, H., Sumiati, Mega Darmi Novita, Feliks Anggia B.K. Panjaitan 2019. The Influence of the Business Environment and Managerial Competence on the Decision to Choose Funding for a Small Craft Business, *Journal of Applied Economic Sciences*, Volume XIV, Winter 4(66): 975-985
- Prihartini, Chanifah Widya 2016. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar”. *EJournal – Universitas Negeri Surabaya, 2016.*
- Rifa’i, M. dan Hamidi. “Efektivitas Promosi Online dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen”. *E-Journal – Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, 2017*
- Saladin, Djaslim dan Oesman Yevis Marty, 2010, *Intisari Pemasaran dan Unsur unsur Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013.
- Santoso, Kristawan Wibowo, et al., 2013 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin di Semarang”. *E-Journal – Universitas Diponegoro, 2013.*
- Setyaningrum, Ari 2015. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan Ke 25, Alfabeta, Bandung.
- Syahrial, Yusroni Akhmad, 2015. “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Aneka Karya Glass di Surakarta”. *Skripsi – Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.*
- Umar, Husen, “*Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*”. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2013.

- Vivil Yazia. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian HanphoneBlackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang), *ECONOMICA*, Vol.2, No.2, hal.165-173.
- Wijaya, Fredy, 2017. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”. *Artikel Ilmiah – STIE Perbanas Surabaya*, 2017.
- <https://www.tokopedia.com>. Tokopedia Care.