

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee di Desa Tlogosadang Lamongan. Tingkat signifikansi sebesar 0,008 lebih besar dari 0,05 (sig. 0,008 > 0,05) dan nilai t hitung sebesar 2,724 lebih besar dari t tabel 1,660 (t hitung 2,724 > t tabel 1,660).
2. Ulasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat Desa Tlogosadang Lamongan. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (sig. 0,000 < 0,05) dan nilai t hitung sebesar 5,539 lebih besar dari t tabel 1,660 (t hitung 5,539 > t tabel 1,660).
3. Harga dan Ulasan Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee di Desa Tlogosadang Lamongan. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F hitung sebesar 83,424 lebih besar dari F tabel 3,09 ( $83,424 > 3,09$ ).

Pengaruh simultan ini menghasilkan koefisien korelasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 63,2%, menunjukkan bahwa variabel independen harga dan

ulasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee di Desa Tlogosadang Lamongan, sedangkan sisanya 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## B. Implikasi Penelitian

Dari keterangan hasil penelitian yang telah dijelaskan peneliti diatas. maka peneliti mengambil implikasi sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis
    - a. Ulasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Suatu perusahaan jika memiliki produk yang berkualitas serta harga yang sesuai, maka akan menjadi nilai positif bagi kelangsungan perusahaan serta menjadi jaminan akan kesuksesan perusahaan nanti
    - b. Besarnya pengaruh ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian, merupakan bukti bahwa adanya ulasan pelanggan yang berkualitas akan sangat penting untuk menarik minat konsumen pada masa sekarang maupun masa yang akan datang
  2. Implikasi praktis
- Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pertimbangan, sekaligus sebagai masukan bagi setiap perusahaan untuk memperhatikan ulasan pelanggan dari suatu produk, karena dengan adanya perkembangan zaman yang begitu pesat dan tingkat daya saing antar perusahaan yang juga sangat ketat. Maka perusahaan di tuntut untuk memiliki nilai

plus yang dapat menjadi pendorong kemajuan perusahaan sehingga tidak akan kalah dengan perusahaan lainnya

### C. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan hasil penelitian yang di lakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Adanya banyak faktor yang mempengaruhi penelitian, salah satu faktor yaitu adanya responden yang mengisi kuesioner dengan jawaban seadanya dikarenakan keterbatasan waktu dan kesibukan responden.
2. Metode Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, yang bergantung pada kejujuran dan ketepatan responden dalam menjawab pertanyaan. Terdapat kemungkinan adanya bias responden, seperti memberikan jawaban yang diharapkan oleh peneliti atau kurangnya pemahaman responden terhadap pertanyaan yang diajukan.
3. Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan persaingan dengan platform e-commerce lain tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Faktor-faktor ini bisa mempengaruhi hasil penelitian dan keputusan pembelian konsumen secara keseluruhan.