

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti dibab sebelumnya tentang penelitian “Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Link Afiliasi Shopee Pada Akun Twitter @263juta” dapat peneliti simpulkan bahwa :

1. Variabel Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.
2. Variabel Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.
3. Variabel Promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.
4. Variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui link afiliasi Shopee pada akun Twitter @263juta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran dari . Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Akun Twitter @263juta dan *Affiliator* Shopee

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan hasil rata-rata jawaban terendah konsumen pada kuesioner pernyataan variabel harga yaitu pada butir pernyataan Q8 "harga produk yang ditawarkan lebih murah dibandingkan toko lain". Memastikan harga produk tetap kompetitif dan sesuai dengan pasar dapat membantu menarik perhatian konsumen. Dalam hal ini, pernyataan Q8 menunjukkan pentingnya mencerminkan harga yang lebih murah dibandingkan toko lain, jadi teruslah mempertimbangkan strategi harga yang kompetitif. Pada jawaban rata-rata tertinggi pada pernyataan Q2 yaitu “ harga produk yang ditawarkan merupakan harga diskon sesuai dengan budget saya” maka pemilik akun twitter @263juta dan *affiliator* Shopee harus lebih banyak dan sering menawarkan produk yang sedang diskon baik harga coret, *flash sale* , buy 1 get 1 dan lainnya.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil rata-rata jawaban terendah konsumen pada kuesioner pernyataan variabel promosi yaitu

pada butir pernyataan Q5 yaitu “waktu promosi yang dilakukan oleh akun Twitter @263juta disesuaikan dengan waktu yang tepat pada hari atau jam yang paling efektif untuk menjangkau target audiens yang diinginkan”. Oleh karena itu, sebaiknya lakukan analisis dan riset lebih lanjut tentang perilaku dan preferensi target konsumen. Platform media sosial seperti Twitter menyediakan fitur-fitur yang kuat yang dapat membantu untuk mendapatkan konsumen yang aktif dan responsif. Gunakan fitur tersebut untuk menjadwalkan waktu promosi yang lebih optimal sehingga pesan atau promosi dapat mencapai audiens yang lebih luas dan relevan. Pernyataan rata-rata jawaban tertinggi variabel promosi pada pernyataan Q3 yaitu “gambar dan video produk yang diposting oleh akun @263juta pada media sosial Twitter menarik dan unik serta sesuai dengan gambar asli produk. Berdasarkan hal tersebut maka dalam hal mempromosikan produk Shopee harus memperbanyak gambar dan video terkait produk yang dipromosikan.

- c. Berdasarkan variabel keputusan pembelian memiliki rata-rata jawaban tertinggi pada pernyataan Q2 yaitu “saya yakin dan percaya pada kualitas produk yang ditawarkan dan langsung melakukan pembelian”. Sedangkan rata-rata jawaban terendah terdapat pada pernyataan Q3 yaitu “saya sudah lebih dari 3 kali membeli produk yang ditawarkan oleh akun Twitter @263juta melalui link afiliasi Shopee. Berdasarkan hal tersebut maka pemilik akun Twitter dan *affiliator* Shopee harus lebih banyak menawarkan produk murah agar

konsumen dapat lebih sering untuk melakukan pembelian produk pada akun Twitter @263juta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel dan didapatkan hasil salah satu variabel tidak berpengaruh dan signifikan pada keputusan pembelian oleh karena itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mencari dan menggunakan variabel lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang tidak peneliti teliti pada penelitian ini.