

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan atas skripsi yang berjudul “Pengaruh Promo Gratis Ongkir dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung” diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Promo Gratis Ongkir (X1) dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai t statistik 3,786 lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,96 ( $3,786 > 1,96$ ) dengan hasil *p-value* 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan begitu dapat dinyatakan Promo Gratis Ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *marketplace* Shopee pada mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung.
2. *Online Customer Review* (X2) dinyatakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t statistik 5,001 lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,96 ( $5,001 > 1,96$ ) dengan hasil *p-value* 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan begitu dinyatakan *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *marketplace* Shopee pada mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung.

3. *Online Customer Review* (X2) menjadi variabel yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian *marketplace* Shopee pada mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung.
4. Promo Gratis Ongkir (X1) dan *Online Customer Review* (X2) dapat menjelaskan pengaruhnya akan variabel Keputusan Pembelian sebesar 64,9% dan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah terurai sebelumnya, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, metode pembayaran selain daripada variabel promo gratis ongkir dan *online customer review* yang telah digunakan dalam penelitian ini untuk meluaskan jangkauan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.
- b. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas jangkauan populasi dan sampel yang digunakan yaitu tidak hanya lingkup kampus saja akan tetapi lingkup yang lebih luas yaitu area kota Bandar Lampung.

## **2. Bagi Pembaca**

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pembaca hasil skripsi ini adalah untuk lebih memahami hasil skripsi ini dengan lebih baik, dianjurkan untuk mempelajari referensi yang digunakan.