

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penjelasan hasil analisis mengenai pemaparan output pengujian dari penelitian ini maka, bisa diperoleh antara lain adalah:

1. Perolehan hasil penelitian menyatakan Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Jiniso pada *marketplace* Tokopedia. Dengan output pengujian mendapatkan uji nilai t hitung $-0,045 < t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansinya $0,965 < 0,05$.
2. Perolehan hasil penelitian ini menyatakan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian pada toko Jiniso pada *marketplace* Tokopedia. Dengan output pengujian mendapatkan uji nilai t hitung $1,312 > t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansinya $0,193 > 0,05$.
3. Perolehan hasil penelitian ini menyatakan Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada toko Jiniso pada *marketplace* Tokopedia. Dengan output pengujian mendapatkan uji nilai t hitung $7,320 > t$ tabel 1.984 dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.
4. Pada penelitian ini Kualitas Produk, Kualitas pelayanan tidak berdampak pada keputusan pembelian, dan Promosi

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian toko Jiniso pada *marketplace* Tokopedia. Hasil pengujian Uji F mendapatkan nilai F hitung $62.063 > F$ tabel 2,70 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Dalam upaya memberikan sebuah saran untuk perusahaan agar dapat menghasilkan tujuan yang maksimal, yakni:

1. Untuk memaksimalkan keputusan pembelian, diharapkan perusahaan memperhatikan pada kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi. sehingga dapat menghasilkan keputusan yang diharapkan.
2. Disarankan toko Jiniso dapat memberikan pemasaran yang lebih efektif dan menarik melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen Jiniso pada *marketplace* Tokopedia.
3. Teruntuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian dan dapat dikembangkan dengan variabel lainnya.