

## **BAB VI PENUTUP**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Penjual Online Shop

Dengan adanya hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira, pihak penjual online shop dapat meningkatkan kualitas produk dengan menjual produk yang baik. Dengan begitu dapat memperkuat persepsi konsumen bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh penjual online shop merupakan produk yang memiliki kualitas yang baik. Pada Variabel harga, apabila penjual di *online shop* terus

menawarkan produk dengan harga terjangkau serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat, maka pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan semakin meningkat. *Customer service* harus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen semakin nyaman dan mampu menciptakan kepercayaan konsumen dan terjadi kepuasan didalam konsumen membeli produk yang ditawarkan.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini diketahui ada dua variabel yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pada *Online Shop* Oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira yaitu harga dan kualitas pelayanan. Alangkah baiknya peneliti selanjutnya memperluas variabel yang diamati. Dengan harapan penelitian selanjutnya dapat lebih baik

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian One Push Vape Di Kecamatan Kertosono". *Jurnal Simki-Economic* , 01 (09), 1 - 15.
- Devi,L.K. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shoppe (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)” Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2019
- Hakim, N Maulana Dzikril. 2016, Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di SAS Café Resto Surabaya, *Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3,hal* , 227 - 242.
- Hasan Iqbal. 2003. *Pokok-pokokmateri statistic 1 (Statistic Deskriptif)*. 17. Kedua. PT BumiAksara, Jakarta
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajamen Pemasaran, Jilid 1 Dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I* Jakarta: Erlangga.
- Koto, Dessy Kartika F. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse All Star pada Mahasiswamahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Medan”. Skripsi –Universitas Sumatera Utara, 2017
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lubis,M.J.(n.d). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU Medan”. Skripsi Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara 2019
- Morissan. (2012). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Megayanti, P. (2019). Pengaruh Harga Dan Selera Terhadap Keputusan Membeli Di Online Shop Siswa Sma Negeri Di Kota Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol.11 No.1*

- Nugroho, Bunafit. 2013. *Dasar Pemrograman Web PHP – MySQL dengan Dreamweaver*. Yogyakarta : Gava Media
- Nitisusastro, H. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Panjaitan, Januar Efendi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung, *De Re Ma. Jurnal Manajemen*, 11 (2): 1-25. September.
- RahmanAbdurdkk. 2007. *Analisis Korelasi, Regresidan Jalur Penelitian*. Bandung : CV PustakaSetia.
- Suhartini, Yati. 2011. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta. Yogyakarta: Akmenika Upy Volume 7 hlm. 38-59
- Sugiono. 2007. *Statistik untuk penelitian*. CV Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*. Bandung :Afabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV.Andi.
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Saladin, Djaslim. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Lina Karya. Bandung
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Edisi 2*. Jakarta: Indeks.
- Widarjono, Agus. 2013 *Ekonomitrika Pengantardan Aplikasi Disertai Panduan Eview*. Ed 4, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Wijaya, Fredy. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza”. Artikel Ilmiah – STIE Perbanas Surabaya, 2017
- Yulia, Ratih Roimatuh. 2016. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Rental Atika DVD Dan

VCD Kediri. *Skripsi*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.