BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah terkait Pengaruh Kebutuhan, Pengalaman, Referensi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel kebutuhan (X1) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (Y) dengan pengguna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan bahwa dalam aplikasi shopee memang menyediakan berbagai barang pemuas kebutuhan yang menjadikan pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian pada toko online shopee.

2. Hasil pengujian variabel pengalaman (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (Y) dengan pengguna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan bahwa pengalaman dalam berbelanja memang suatu hal sangat penting di mana untuk menentukan keputusan pembelian, apabila pengalaman

yang dimiliki dirasa bagus, maka pembeli akan melakukan pembelian ulang.

3. Hasil pengujian variabel referensi (X3) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (Y) dengan pengguna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan bahwa referensi sangat penting bagi pelanggan dimana referensi yang bagus bisa merekomendasikan pelanggan untuk membeli produk dan melakukan keputusan pembelian pada toko online shopee.

4. Hasil pengujian variabel promosi (X4) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (Y) dengan pengguna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan shopee dengan bagus dan sangat menarik tentunya akan menimbulkan keinginan untuk membeli produk pada pelanggan yang tentunya akan menjadikan keputusan pembelian pada toko online shopee.

5. Hasil pengujian dari variabel kebutuhan (X1), pengalaman (X2), referensi (X3), dan promosi (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee (Y) dengan pengguna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung. Hal

tersebut dikarenakan bahwa pengguna dalam mengambil keputusan pembelian pada toko online shopee sudah memperimbangkan kebutuhan, mempunyai pengalaman, mendapatkan referensi, dan juga tertarik karena promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga IAIN Tulungagung

   Keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran suatu produk khusunya mengenai kebutuhan, pengalaman, referensi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee yang dilakukan pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagug bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangn dalam hal kajian maupun teori-teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kebutuhan, pengalaman, referensi, promosi dan keputusan pembelian.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih mempunyai banyak kekurangan karena adanya keterbatasan dari peneliti. Sehingga diharapkan, peneliti selanjutnya agar menjelaskan secara lebih lengkap dengan merujuk pada teori-teori yang dapat lebih mendukung dan menggunakan variabel-variabel yang lebih presentatif sesuai dengan kondisi objek penelitian yang bersangkutan.