

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di bab sebelumnya mengenai pengaruh motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung yang telah dilakukan penelitian pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pengaruh motivasi dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee, atau terdapat pengaruh positif antara motivasi terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
2. Hasil pengujian pengaruh persepsi konsumen dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee, atau terdapat pengaruh positif antara persepsi konsumen terhadap

keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.

3. Hasil pengujian pengaruh gaya hidup dalam dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee, atau terdapat pengaruh positif antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
4. Hasil pengujian pengaruh kepercayaan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee, atau terdapat pengaruh positif antara variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung.
5. Hasil pengujian variabel motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) keempat variabel bebas (motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan) tersebut mempengaruhi keputusan pembelian di *marketplace* shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat dari pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga IAIN Tulungagung

Keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran suatu produk khususnya mengenai motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee yang dilakukan pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung 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 kekuarangan 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 sesungguhnya.

2. Bagi Akademik IAIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan tambahan keilmuan di bidang Ekonomi Syariah yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Serta bermanfaat untuk

sumbangan teori dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi Perusahaan

Apabila perusahaan ingin meningkatkan pemasaran dan penjualan produknya pada tokonya, maka perusahaan tersebut dapat mempertimbangkan indikator motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup, kepercayaan sebagai bahan penelitian. Hal ini yang disarankan penulis karena berdasarkan penelitian, keempat dimensi motivasi, persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih 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 presentative sesuai dengan kondisi objek penelitian yang bersangkutan.