

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H1) diketahui bahwa Faktor Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee. Hal tersebut dikarenakan bahwa pengguna mempunyai faktor budaya di mana semakin tinggi tingkat budaya dan kelas sosial masing masing maka akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian produk pada aplikasi shopee.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis kedua (H2) diketahui bahwa Faktor Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee. Hal tersebut dikarenakan tingginya peran kelompok acuan dan keluarga dalam mempengaruhi pengguna melakukan pembelian produk di Shopee.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga (H3) diketahui bahwa Faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee. Hal tersebut dikarenakan usia, pekerjaan, gaya hidup, dan kepribadian memiliki

tingkat pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk di Shopee.

4. Berdasarkan pengujian hipotesis keempat (H4) diketahui bahwa Faktor Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee. Hal tersebut karena tingkat motivasi, persepsi, dan kepercayaan memiliki peran yang besar terhadap keputusan pembelian produk di shopee.
5. Berdasarkan pengujian hipotesis kelima (H5) diketahui bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian generasi milenial di marketplace Shopee Hal tersebut dikarenakan bahwa terlihat pada perubahan sikap mereka yang suka dan merasa senang ketika sudah mendapatkan produk yang diinginkan di Shopee.

B. Saran

1. Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan pengetahuan mengenai keputusan pembelian dan dapat digunakan sebagai bahan atau sumber referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor budaya, faktor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih mempunyai kekurangan karena adanya keterbatasan dari peneliti. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menjelaskan lebih lengkap dengan merujuk pada teori-teori yang lebih mendukung .