

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari paparan data, temuan penelitian, dan analisis data mengenai perbedaan kualitas produk, harga, strategi promosi, dan kepuasan konsumen pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan.
2. Harga pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan.
3. Strategi promosi pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan.
4. Kepuasan konsumen pada *marketplace* Shopee dan Tokopedia tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak *Marketplace*

Kedua *marketplace* tersebut, baik Shopee ataupun Tokopedia diharapkan agar dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitas produk dan strategi promosi. Serta tetap menawarkan harga yang terjangkau, agar dapat dijangkau oleh semua konsumen dan dapat bersaing

di pasaran. Kedua *marketplace* juga diharapkan untuk menjaga kepuasan para konsumennya agar para konsumen tidak beralih ke *marketplace* yang lain.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai perbedaan pada variabel kualitas produk, harga, strategi promosi, dan kepuasan konsumen. Serta menambah referensi bagi jurusan Ekonomi Syariah. Bagi pihak kampus diharapkan agar menambah bahan referensi bagi mahasiswa baik berupa buku, ataupun jurnal terkait.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah referensi-referensi lain, serta dapat mengembangkan penelitian sejenis dengan menambah variabel-variabel yang lainnya. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk memperluas wilayah penelitian serta menambah responden yang dijadikan sebagai sampel agar penelitian lebih akurat.