

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian pada pelanggan, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Iklan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di ShopeeFood.
2. Kemudahan Pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di ShopeeFood.
3. Kecepatan Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk di ShopeeFood.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian yang teridentifikasi dari penelitian ini antara lain:

- a. Sampel penelitian masih terbatas pada pelanggan yang berada di pasar konsumen yakni perorang atau individu
- b. Belum melibatkan sampel dari pelanggan bisnis.
- c. Penelitian dilakukan dilingkungan mahasiswa universitas mercubuana yogyakarta

#### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti kepada Shopee pada fiturnya ShopeeFood, yaitu :

5.3.1 Pada penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain yang dianggap berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti variabel Harga, promosi, atau kualitas layanan. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

5.3.2 Penelitian ini dilakukan dalam skala kecil yang menysasar kalangan mahasiswa universitas mercubuana yogyakarta. Disarankan untuk penelitian selanjutnya lebih dapat di kembangkan ke kalangan masyarakat luas.

5.3.3 Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan metode penelitian lain, seperti metode kualitatif atau campuran, agar bisa

mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai alasan konsumen melakukan pembelian