

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan maka diperoleh kesimpulan dari 100 responden yang bersedia telah mengisi kuesioner yang telah dibagikan melalui g-form, kemudian data tersebut diolah dalam bentuk tabulasi hingga pengolahan data melalui aplikasi SPSS Versi 23.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa :

1. Iklan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Bukalapak, yang di teliti di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Angkatan 2019-2020. Kata responden meskipun iklan yang dilakukan oleh bukalapak itu menarik dan kreatif, akan tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi responden untuk melakukan sebuah keputusan pembelian di marketplace bukalapak.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Bukalapak, yang di teliti di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Angkatan 2019-2020.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Bukalapak, yang di teliti di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Angkatan 2019-2020.

B. SARAN

Berdasarkan Hasil Penelitian diatas maka penulis memberikan saran untuk kebaikan marketplace bukalapak guna lebih baik lagi kedepannya.

- 1) Bukalapak disarankan agar lebih meningkatkan kembali dalam hal periklanan, baik itu dengan sering melakukan iklan di berbagai media cetak maupun elektronik.

- 2) Bukalapak harus berani bersaing lebih gencar dari segi iklan maupun promosi serta harga, guna membuat para pengguna marketplace sejenisnya agar berpindah ke marketplace bukalapak.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk lebih teliti lagi dalam mencari referensi mengenai Keputusan Pembelian dan teori-teori yang lengkap guna mendukung hasil penelitian Anda.

