

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian ketujuh hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Promosi Penjualan berpengaruh positif yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dompet digital *ShopeePay*.
2. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Merek berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dompet digital *ShopeePay*.
3. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dompet digital *ShopeePay*.
4. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa Sosial berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian dompet digital *ShopeePay*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang merupakan implikasi dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh Promosi Penjualan, Harga, Merek, Sosial Terhadap Keputusan Pembelian konsumen pengguna *ShopeePay* di Kabupaten Gresik, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Saran untuk Manajerial
 - a. Adanya pengaruh positif pada Promosi Penjualan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, akan tetapi Promosi Penjualan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui berbagai cara, seperti memberikan diskon, hadiah atau tawaran lainnya. Promosi Penjualan tidak selalu memberikan pengaruh

- signifikan, hal tersebut dapat membantu meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen jika dilakukan dengan tepat.
- b. Variabel Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Merek telah membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam kualitas dan pengalaman yang ada. *ShopeePay* dapat memperkuat reputasi merek, meningkatkan *brand awareness*, fokus pada konsumen, dengan cara itu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan membantu meningkatkan pangsa pasar.
 - c. Variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Harga jika diterima sebagai nilai yang wajar untuk produk atau jasa yang ditawarkan maka *ShopeePay* dapat menggunakan harga yang konsisten, penawaran *special* dan diskon, perbandingan harga dengan pesaing, fokus pada nilai daripada harga dengan cara begitu akan mempermudah dalam peningkatan pangsa pasar.
 - d. Variabel Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *ShopeePay* bisa fokus pada kelompok sasaran yang menunjukkan *trend* sosial yang berhubungan dengan jasa yang ditawarkan, menggunakan testimoni konsumen untuk memperkuat pengaruh sosial dan memotivasi konsumen untuk menggunakan layanan *ShopeePay*, berkolaborasi dengan *influencer* untuk memperkuat pengaruh sosial agar konsumen merasa tertarik
 - e. Keputusan Pembelian konsumen untuk *ShopeePay*, dapat menawarkan layanan yang inovatif, mengembangkan strategi pemasaran yang kuat, memastikan kualitas yang tinggi, mengoptimalkan *eksperience* konsumen.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menggunakan variabel bebas yang dapat menjelaskan tentang variabel lain yang lebih menarik dan menggunakan subjek serta populasi yang berbeda untuk diteliti. Memperbarui pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan dan referensi, selalu berpikir kritis dan objektif, berpegang pada integritas ilmiah dan menghormati hak cipta dan properti intelektual.

