

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya terkait dengan pengaruh promosi dan harga terhadap Keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee, maka peneliti dapat menarik Kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis dalam penelitian ini. Maka peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee secara parsial. Adapun variabel promosi dikatakan masuk dalam kategori sedang dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 32.80 dan berada diantara skor 31 dan 34.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee secara parsial. Adapun variabel harga dinyatakan dalam kategori sedang, yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) sebesar 32.61 berada diantara skor 30 dan 34.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee secara simultan. Adapun variabel variabel keputusan pembelian dinyatakan dalam

kategori sedang, yang menunjukkan bahwa nilai rata-rata (*mean*) sebesar 58.38 berada diantara skor 55 dan 61.

B. Saran

1. Bagi santri Pondok Pesantren Qur'anan Arobiyya, santri sebagai konsumen diharapkan untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan manfaat produk dan juga tidak hanya tertarik oleh promosi atau juga harga yang murah saja.
2. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini hanya berfokus pada promosi dan harga, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas produk atau kemudahan penggunaan guna mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.