

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil kategorisasi dapat diketahui bahwa Harga dalam *flash sale shopee* termasuk dalam kategori cukup.
2. Berdasarkan hasil kategorisasi dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian pada menggunakan flash sale shopee termasuk dalam kategori cukup.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga (b) adalah 0,508 yang artinya bahwa setiap peningkatan keputusan pembelian sebesar 1% maka angka kenaikan variabel harga sebesar 1,96%. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara harga dengan keputusan pembelian. Diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 4,951. Nilai t tersebut akan dibandingkan dengan nilai t tabel (n= 63, df=1) yaitu 1.669. Dari hasil perbandingan dapat dijelaskan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel sehingga H_0 ditolak. Jadi, bisa diambil kesimpulan bahwa H_a diterima yaitu terdapat hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian menggunakan *flash sale shopee* di Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2018. Nilai koefisien determinasi (r square) menunjukkan nilai 0,661, hal tersebut menyatakan bahwa harga menyumbang pengaruh sebesar 66,1% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 33,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel produk, tempat, dan promosi.

B. Saran

1. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan bagi manajemen *shopee* tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *flash sale* sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian terutama berkaitan dengan manajemen pemasaran *e-commerce*.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian di bidang yang sama sebaiknya menambahkan variabel lain sehingga dapat memberikan variasi dalam penelitian