

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa:
Hubungan antara strategi pemasaran dan keputusan pembelian,

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara strategi pemasaran dan keputusan pembelian di pasar di kalangan mahasiswa IAKN Manado.
2. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi pemasaran yang diterapkan, semakin besar kemungkinan mahasiswa untuk melakukan pembelian.

Hubungan antara persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian,

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi kualitas produk dan keputusan pembelian di pasar di kalangan mahasiswa IAKN Manado.
2. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk membeli produk tersebut.

Hubungan Simultan antara Strategi Pemasaran, Persepsi Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian,

1. Secara bersamaan, strategi pemasaran dan persepsi kualitas produk menunjukkan hubungan positif dan signifikan dengan keputusan pembelian di pasar di kalangan mahasiswa IAKN Manado.
2. Nilai koefisien korelasi (R^2) sebesar 0.723 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel independen tersebut dengan keputusan pembelian.
3. Kedua variabel ini bersama-sama menjelaskan 52,2% variasi dalam keputusan pembelian, sementara 47,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar lingkup studi ini.

Secara keseluruhan, studi ini menegaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif dan persepsi positif terhadap kualitas produk merupakan faktor

utama yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan mahasiswa IAKN Manado di pasar online.

Nilai yang dihasilkan pada koefisien korelasi (R) didapatkan sebanyak 0,723 dengan maksud strategi pemasaran dan persepsi kualitas produk memiliki hubungan sebanyak 72,3% dengan keputusan pembelian di marketplace pada mahasiswa IAKN Manado dan 27,7% adanya hubungan dengan faktor lain.

B. Saran

Sesuai dengan hasil dari penelitian yang telah didapatkan sebelumnya, peneliti menganjurkan saran yaitu

1. Untuk Pelaku Usaha di *Marketplace* disarankan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan menarik, seperti promosi melalui media sosial, diskon menarik, dan peningkatan komunikasi digital dengan konsumen.
2. Untuk Pihak Pengelola Marketplace Pengelola platform *marketplace* diharapkan dapat menyediakan sistem yang mendukung penyajian informasi produk yang transparan, seperti fitur ulasan pelanggan, deskripsi produk yang informatif, dan tampilan gambar yang sesuai dengan produk sebenarnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga platform perlu memberikan jaminan atas kejelasan dan keandalan informasi produk.
3. Untuk Mahasiswa IAKN Manado Mahasiswa sebagai pengguna aktif marketplace dimbau untuk lebih cermat dalam menilai produk sebelum memutuskan untuk membeli. Penting bagi mahasiswa untuk tidak hanya terpancing oleh strategi promosi atau tren, tetapi juga mempertimbangkan kualitas dan manfaat produk yang dibutuhkan. Keputusan pembelian yang bijak akan menghindarkan dari pemborosan dan kekecewaan.
4. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat memakai objek lainnya, agar menambah variable baru serta memperbanyak sampel untuk penelitian berikutnya.