

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah diperoleh yang merupakan jawaban dari permasalahan yang dibahas didalam penelitian ini seperti terlihat dibawah ini:

1. Hasil pengujian hipotesis yang pertama yang dilakukan ditemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 21 Universitas Bung Hatta di TikTok Shop.
2. Hasil pengujian hipotesis yang kedua yang dilakukan ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 21 Universitas Bung Hatta di TikTok Shop.
3. Hasil pengujian hipotesis yang ketiga yang dilakukan ditemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 21 Universitas Bung Hatta di TikTok Shop.
4. Hasil pengujian hipotesis yang keempat yang dilakukan ditemukan bahwa *discount* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 21 Universitas Bung Hatta di TikTok Shop.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan dari simpulan diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan lebih baik lagi dalam melakukan penelitian. Peneliti selanjunya juga bisa menambahkan jumlah variabel bebas yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian pengguna TikTokShop, seperti : kualitas pelayanan, *cashback*, *viral marketing* lainnya.
2. Bagi konsumen, disarankan agar memahami prosedur E-commerce dengan baik sebelum melakukan transaksi. Untuk meminimalisir terjadinya kesalahan atau masalah dalam transaksi online. Dan diharapkan juga mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 21 Universitas Bung Hatta mampu memutuskan pembelian dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Adrianto. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smarthphone. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 9.
- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Abraham B. Noemleni, Maria M. Sakunab, Fransiskus Moda, Gaudensius Djuang, Apryanus Fallo. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket.com. *Journal Of Economics, management and finance*. Vol .2. No. 2.
- Adiyono, Niko Garuda, Tantri Yanuar Rahmat, dan Rina Anindita. 2021. “*Digital Marketing Strategies To Increase Online Business Sales Through Social Media.*” *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)* 1(2):31–37.
- Aisyah Nurul, Muh Akil Rahman, Sitti Aisyah. (2021). Analisis Islamic Branding terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui *Brand Awareness* sebagai Media pada Remaja Wanita di Kota Makassar. Vol. 5, no. 2.
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Desa Paburuan). *Jurnal ekonomis*, 14(1), 76-88.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anoraga, B. J., Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Samsung. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 139.
- Apriza, A. Y., Sulhaini, S., & Sagir, J. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Keputusan Pembelian Barang Bekas di Pasar Karang Sukun. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 12-22.
- Arianty, N. (2013). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Kartu Mentari pada PT. Indosat Tbk. Medan. *Ekonomikawan : Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 14(13), 101-115.
- Arikunto. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Ariyani Fitria. (2022). Pengaruh *Brand Image* dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Sinomika Journal* Vol. 1, No. 4.
- Asri Rahmayani Hendri, Ekaning Setyarini, Hantoro Ariek Gisijanto, Nenik Diah Hartanti. (2022), Pengaruh *Shopping Lifestyle, Discount*, dan Promosi Penjualan Terhadap *Implusive Buying* Produk di Cardy Butik Bandar Lampung. Vol 3, No. 1.
- Badjamal, F. A., Rezal, M., Kamal, Latoki, L., Amad, I. M., & Ningsih. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Handphone Merek Samsung di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, vol 7(2), 1-11.
- Chritania A.S. Wowor, Bode Lamanauw, Imelda W. J. Ogi. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 9, no 3.
- Dede Solihin, (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Mandiri*. Vol. 4, No. 1.
- Diyagitama, A. A., Sumarsono, H., & Kristiyana, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp di Artomoro Celluler. *Isoguant : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*,3(3), 58.
- Edison Zefri, Lova Anggil Nopra, Yelnim, Yadewi Dorris, Harahap Erni Febrina . (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kopi Nur. *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol. 2, No. 1.
- Ernawati Reni, Anastasia Bernadin Dwi, Jenji Gunaedi Argo. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. Vol. 4. no 2.
- Fandy Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Febyola Nada, Ana Ramadhayanti, Usran Masahere. (2023). Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*. Vol 1, No. 1.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pomosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-13.
- Firza Oktavia Nurul Kumala, Achmad Fageh (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel

*Intervening. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*,  
Vol. 6 No. 1.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2009). *Metode Penelitian*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hair et. al., (2013). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hamida Ode La, Abdul Hakim, Rahmatia, (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT Honda Nusantara Sakti Cabang mandonga Kendari. *IJMA (Indonesian Journal Of Management And Accounting. Vol 4. No. 2*.
- Harahap Febrina Erni, Iswanto A, Lase Delipiter, Budiarti Putri Nourma Rizqi, Sukaridhoto Sritrusta. (2022). Using Support Vector Machines for Classification Datamining on International Trade Price Index Data. *AIP*.
- Harahap Febrina Erni. (2016). Model Karakteristik dan Peranan Pekerja Informal di Kota Padang. *E-Journal Apresiasi Ekonomi*. Vol.4, no.3.
- Hestiana, Muchtar, Junaeda. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 20.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.

- Irawan, H. (2004). Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSSA. Jakarta : PT Alex Media Komputindo
- Kapriani, Ibrahim. (2022). Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada masa pandemi. *Journal of Management of Bisnis*,5(2).
- Kotler Amstrong. (2016). Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K, L . (2007). Manajemen pemasaran (Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj). Ed 12, Jilid 1 & 2, Jakarta:Indeks.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, Tj. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi *e-wallet* Terhadap Pertumbuhan Minat pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2).
- Listighfaroh, M.I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya. Dissertasi. Surabaya: Universitas Wijaya Putra.
- Mahmud Amir. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 6. No. 1.
- Mega Puspita, C., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis*: Vol. IX.
- Nayiroh najmun selia, Dwiantari Scorina, Fala rizaldi alal Muhammad,naziha fika azam M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, 21(1), 414 – 422.
- Ni Kadek Dewi Susanti, Putu Herny Susanti, Gusti Alit Suputra. (2021). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Blahkiuh Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 1, No. 1.
- Novitasari Nainggolan, Taufik Parinduri, SE.M.Si (2020). Pengaruh Potongan Harga dan Bonus terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *MANAJEMEN : JURNAL EKONOMI*. VOL. 2 NO. 1.

- Pasuhuk Nadia Meylani, Agus Supandi Soegoto, Michaelch Raintung. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Lifestyle Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil Merek TOYOTA CALYA DI PT. HASJRAT ABADI CABANG MANADO. *Jurnal EMBA*. Vol 1, No. 4.
- Purnama Sari, Johan Mohammad Palah, Putri Ambarwati. (2023). Keputusan Pembelian Pengguna E-commerce TikTok Shop: Daya Tarik Konten, Gratis Ongkos Kirim dan Harga Flash Sale sebagai Pemicu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Vol 4.
- Puspitasari Devy M & Risma Herdian (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Vo. 5. no. 6.
- Septyadi Muhammad Abdul Kohar, Mukhyati Salamah, Siti Nujiyatillah. (2022). Literatur Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. Vol. 3.
- Sudaryono. (2014). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran. Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Suliyanto, (2011), Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Suwinovia Yonanda, Widuri Trisnia. (2022). Pengaruh Free Gift dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di MS Glow Kediri by Yowanita. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)*. Vol 1. No.3.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5).
- Tusan putri, A. V. (2021). Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian . *Forum Ekonomi*, Vol. 23, no. 4.
- W. Widiyawati, “Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. “*J. Ekon dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2 . pp. 356-366, 2022.

- Wahyuningtyas, S. N. S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, dan Promosi Penjualan Online terhadap Perilaku Belanja Online.
- Yonanda Suwinovia, Trisnia Widuri ( 2022). Pengaruh *Free Gift* dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare di MS GLOW Kediri By Yowanita. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)* Vol.1, No.3.
- Yuda Bimantara. (2022). Pengaruh Harga, Desain Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (survey pada konsumen mobil honda brio di lampung). Vol.2, no. 1.



