

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis data dan pembahasan, maka diambil simpulan:

1. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee Food di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta.
2. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee Food di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta.

5.2 Implikasi

1. Shopee Food, khususnya dalam memanfaatkan promosi melalui media sosial untuk meningkatkan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi yang relevan dan sesuai dengan minat konsumen berperan besar dalam menarik perhatian mereka terhadap layanan Shopee Food. Selain itu, tingginya frekuensi kemunculan promosi di platform media sosial yang sering digunakan mahasiswa meningkatkan eksposur dan kesadaran merek, sehingga mendorong mereka untuk mencoba dan melakukan pembelian. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah rekomendasi dari teman atau keluarga melalui media sosial, yang memperkuat kepercayaan konsumen terhadap Shopee Food. Oleh karena itu, pihak Shopee Food dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital dengan menghadirkan konten

yang lebih menarik, interaktif, serta memanfaatkan strategi word-of-mouth digital agar promosi dapat lebih efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya di segmen mahasiswa.

2. Shopee Food, terutama dalam hal penetapan harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa Universitas Bung Hatta. Temuan ini menunjukkan bahwa harga yang terjangkau menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan Shopee Food, karena sesuai dengan daya beli mereka. Selain itu, harga yang kompetitif dibandingkan dengan platform lain meningkatkan daya saing Shopee Food di pasar. Kesesuaian antara harga dan kualitas produk juga berperan dalam membangun kepuasan pelanggan, sehingga mereka cenderung melakukan pembelian berulang. Selain itu, manfaat yang diperoleh dari produk dinilai sepadan dengan harga yang ditawarkan, yang semakin memperkuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, Shopee Food dapat mengoptimalkan strategi harga dengan menawarkan diskon, promo paket, atau program loyalitas untuk mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa.

5.3 Keterbatasan Beserta Saran

1. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Universitas Bung Hatta, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan ke mahasiswa di universitas lain atau kelompok masyarakat yang lebih luas. Kedua, penelitian ini hanya mengkaji dua variabel utama, yaitu harga dan promosi, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas layanan,

kemudahan penggunaan aplikasi, atau faktor eksternal lainnya yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Ketiga, metode yang digunakan dalam penelitian ini berbasis kuesioner, yang bergantung pada persepsi subjektif responden, sehingga kemungkinan terdapat bias dalam jawaban yang diberikan.

2. Berdasarkan keterbatasan tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian dapat diperluas dengan melibatkan responden dari berbagai universitas atau kelompok masyarakat lainnya untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif. Kedua, penelitian dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, kemudahan pembayaran, atau faktor promosi lainnya guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di Shopee Food. Ketiga, metode penelitian dapat dikombinasikan dengan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam, untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan mendalam terkait dengan perilaku konsumen dalam menggunakan layanan Shopee Food.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Smartphone Samsung Di Makassar. 3, 18–32
- Avicenna, A. S., Supeni, R. E., & Hafidzi, A. H. (2022). Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 249-260.
- Dedy, Asep, Ade Mubarak, and Dhea Elita Putri. "Pengaruh Harga Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Grab-Food Di Bandung." *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa* 4.1 (2022): 36-43.
- Djaali. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Bumi Aksara. Jakarta.
- GRAB, L., & EDWARD, M. C. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian
- Hilda, N. A. (2021). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Iain Purwokerto)* (Doctoral Dissertation, IAIN Purwokerto).
- Khafidin, K. (2020). *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Nabilaturrahmah, A., Wiranata, I. A., & Ivona, L. (2021). Pengaruh harga dan promosi grabfood terhadap keputusan pembelian kfc grand wisata di masa pandemi. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1), 72-80.
- Naninsih, N., Maupa, H., Brasit, N., & Jusni. (2017). The Effects Of Business Environment, Market Orientation, Strategy, And Product Innovation On Business Performance In The Real Estate In Makassar City Nur Naninsih. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, V(X), 51.
- Nasrullah, M. F., & Ariyani, E. (2021). *Analisis Pengaruh Jenis Pemberian Voucher Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Food Di Kota Surabaya Menggunakan Regresi Linier Berganda*. *Juminten*, 2(6), 156-167.
- Sekaran, Uma. 2017. *Research Methods for Business, A Skill-Building Approach*, Fourth Edition. Southern Illinois University at Carbondale. <https://www.krjogja.com/peristiwa/nasional/hasil-riset-snapcart-grabfood-aplikasi-paling-populer-industri-e-delivery>
- Suyono. 2018. Analisis Regresi untuk Penelitian, Yogyakarta
- Tulangow, S. G., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 35-43.

- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). *Pengaruh Promo Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan)*. *Jurnal Ekonomis*, 14(2b).
- Wibowo, H. O., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Gofood Di Kota Solo. *EXCELLENT*, 8(1), 70-78.
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(2), 212-223.

Tabulasi Data

No	Harga X1					Promosi X2				Keputusan Pembelian Y					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
1	3	5	4	5	17	4	5	3	12	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	4	17	3	5	4	12	4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	5	5	4	23
5	4	4	3	4	15	3	4	5	12	5	5	5	4	4	23
6	4	5	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	4	4	23
7	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	3	5	4	20
8	5	4	5	4	18	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
9	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
10	5	4	5	4	18	4	4	4	12	5	4	5	5	5	24
11	3	4	4	5	16	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19
12	4	4	4	5	17	4	3	4	11	5	4	4	4	5	22
13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	5	5	5	24
14	5	5	5	4	19	4	3	5	12	4	4	4	5	5	22
15	5	4	4	5	18	5	4	4	13	4	4	3	4	5	20
16	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
17	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	3	4	5	20
18	3	5	4	5	17	4	4	4	12	3	4	5	5	5	22
19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	4	4	3	18
20	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	3	3	5	4	20
21	4	4	3	3	14	4	3	4	11	3	3	5	4	4	19
22	2	4	4	4	14	5	5	5	15	5	3	5	5	5	23
23	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	5	4	3	4	21
24	1	1	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	3	7
25	5	5	5	5	20	4	4	3	11	4	5	4	3	4	20
26	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21
27	5	4	4	4	17	4	4	5	13	4	3	4	4	4	19
28	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	5	4	3	20
29	5	4	4	4	17	4	4	4	12	3	5	5	5	4	22
30	4	5	5	5	19	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
31	5	4	4	3	16	5	5	5	15	5	5	5	5	4	24
32	4	4	4	4	16	4	5	5	14	5	5	4	4	5	23
33	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
34	5	5	5	5	20	5	4	4	13	5	4	4	4	4	21
35	5	4	4	4	17	4	5	5	14	3	3	5	4	5	20
36	4	4	4	4	16	5	4	5	14	4	4	4	4	4	20
37	5	4	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20

38	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	3	3	18
39	5	4	4	4	17	4	5	5	14	2	2	4	4	4	16
40	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
41	5	4	5	5	19	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	20	4	5	4	13	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20
44	5	5	4	3	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	3	15	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21
46	4	4	4	4	16	4	5	4	13	4	5	4	4	4	21
47	4	4	4	5	17	4	5	4	13	5	4	5	5	5	24
48	2	4	4	2	12	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
49	4	5	4	4	17	4	4	5	13	5	5	4	4	4	22
50	4	5	4	4	17	5	5	5	15	4	4	3	4	4	19
51	4	5	5	5	19	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
52	4	4	5	4	17	3	5	5	13	4	4	5	4	4	21
53	5	5	5	4	19	5	4	4	13	5	4	4	5	4	22
54	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	3	4	4	4	20
55	3	5	5	4	17	4	5	5	14	4	4	5	5	4	22
56	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	16	4	5	4	13	5	4	4	4	4	21
58	4	5	5	4	18	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19
59	5	5	5	4	19	4	5	4	13	4	4	4	4	4	20
60	4	5	4	4	17	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20
62	4	5	4	3	16	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
63	3	5	5	5	18	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
64	2	1	2	2	7	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
65	3	4	4	3	14	5	5	5	15	4	5	5	5	5	24
66	2	4	4	4	14	5	5	5	15	5	4	4	4	4	21
67	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	4	5	5	4	23
68	5	5	5	5	20	3	5	5	13	5	4	5	5	4	23
69	5	5	5	4	19	4	5	5	14	5	3	3	5	3	19
70	3	4	4	4	15	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25
71	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
72	4	4	5	4	17	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
74	2	3	2	2	9	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20
76	3	5	4	4	16	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
77	3	5	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
78	3	5	5	4	17	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20

79	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	4	4	5	22
80	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23
81	4	4	4	5	17	4	4	4	12	2	2	2	2	2	10
82	4	5	4	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
83	2	2	2	2	8	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20
85	3	4	4	5	16	4	4	4	12	5	5	4	4	5	23
86	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23
87	4	4	3	3	14	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19
88	3	4	4	4	15	5	5	5	15	5	4	5	4	5	23
89	3	4	3	3	13	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
90	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	5	22
91	4	5	3	3	15	4	4	4	12	4	5	4	5	5	23
92	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21
93	4	4	3	3	14	2	2	2	6	4	4	4	4	4	20
94	4	5	4	4	17	2	3	2	7	1	1	1	1	1	5
95	4	4	5	3	16	4	3	5	12	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	16	3	3	4	10	3	4	4	4	4	19
98	4	5	4	4	17	4	2	4	10	4	4	4	4	4	20
99	4	5	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
100	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
101	4	4	5	4	17	4	3	4	11	5	5	5	5	5	25
102	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18
103	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	16	3	3	3	9	1	2	2	2	2	9
105	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	2	2	4	16
106	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	3	3	3	5	18
107	5	5	5	4	19	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
108	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	3	4	5	20
109	4	3	5	5	17	4	4	4	12	4	4	1	1	5	15
110	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	2	3	4	16
111	3	3	4	3	13	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
112	2	2	2	2	8	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25
113	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
114	5	5	5	4	19	5	4	4	13	4	4	3	4	5	20
115	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	5	21
116	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18
117	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	4	19
118	4	4	4	5	17	4	4	4	12	3	4	3	3	4	17
119	4	4	5	5	18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20

120	4	4	4	5	17	5	5	5	15	4	5	3	3	5	20
121	4	4	4	4	16	3	3	3	9	4	4	4	4	3	19
122	5	4	4	3	16	4	4	4	12	4	4	3	3	4	18
123	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	5	4	4	4	21
124	4	4	4	4	16	5	5	3	13	4	4	5	3	5	21
125	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
126	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
127	4	4	4	4	16	4	4	5	13	4	5	4	4	5	22
128	5	5	5	5	20	5	5	4	14	4	5	4	4	4	21
129	3	3	3	3	12	4	4	4	12	4	5	5	5	4	23
130	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	5	4	4	21
131	4	4	4	5	17	4	3	4	11	5	5	5	5	5	25
132	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
133	4	4	4	4	16	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20
134	4	4	4	4	16	2	2	2	6	4	4	4	5	2	19
135	4	4	4	5	17	4	4	4	12	5	5	4	4	4	22
136	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24
137	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
138	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	3	5	5	5	22

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,792
Approx. Chi-Square		751,724
Bartlett's Test of Sphericity	df	66
	Sig.	,000

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
X1.1		,768	
X1.2		,829	
X1.3		,875	
X1.4		,795	
X2.1			,836
X2.2			,854
X2.3			,815
Y.1	,757		
Y.2	,749		
Y.3	,848		
Y.4	,842		
Y.5	,696		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,835	4

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,838	3

Y

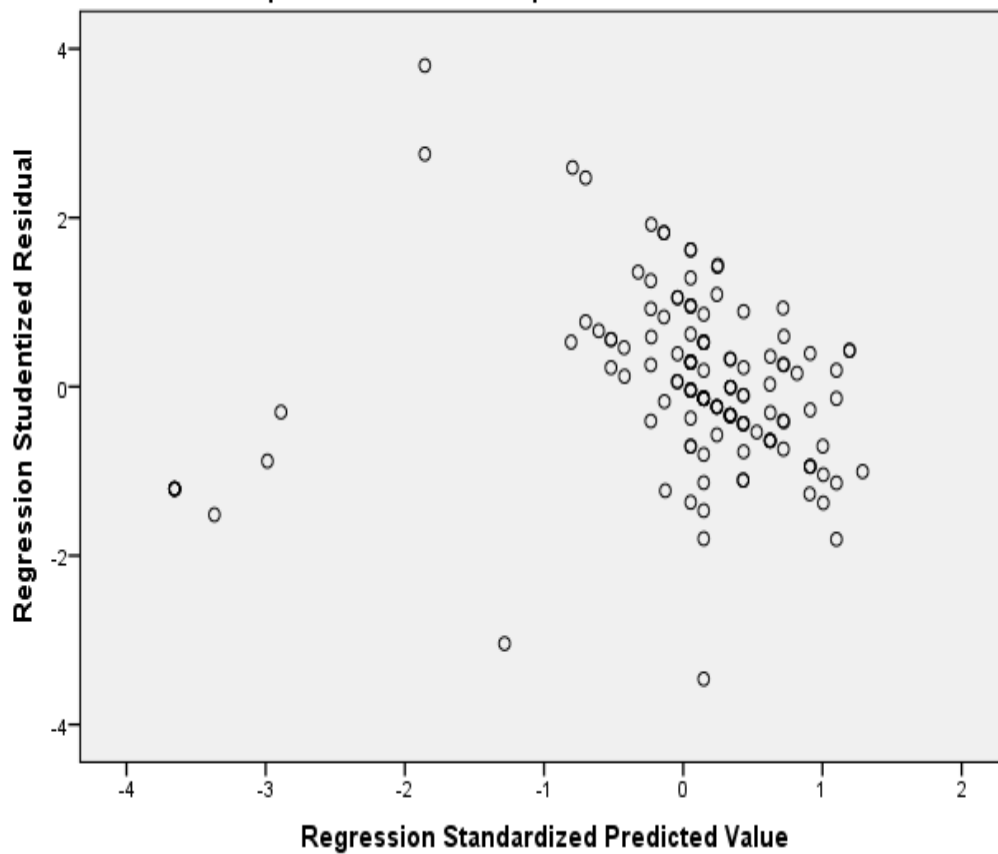
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	5

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,575	1,295		3,532	,001		
Harga	,297	,088	,253	3,356	,001	,619	1,615
Promosi	,900	,126	,539	7,139	,000	,619	1,615

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,00171520
	Absolute	,075
Most Extreme Differences	Positive	,075
	Negative	-,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,880
Asymp. Sig. (2-tailed)		,421

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,575	1,295		3,532	,001		
Harga	,297	,088	,253	3,356	,001	,619	1,615
Promosi	,900	,126	,539	7,139	,000	,619	1,615

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,575	1,295		3,532	,001		
Harga	,297	,088	,253	3,356	,001	,619	1,615
Promosi	,900	,126	,539	7,139	,000	,619	1,615

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

UJI F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1355,329	2	677,664	74,112	,000 ^b
Residual	1234,410	135	9,144		
Total	2589,739	137			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,723 ^a	,523	,516	3,024

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	138	4	20	15,75	3,714
Promosi	138	3	15	11,90	2,603
Keputusan Pembelian	138	5	25	19,96	4,348
Valid N (listwise)	138				

