

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Wadaslintang)” adalah sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Karena nilai t hitung $(9,297) > t$ tabel $(1,983)$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar $0,387$ atau $38,7\%$.
2. Variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Hal ini di tunjukkan dengan t hitung $(-2,197) < t$ tabel $(-1,983)$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar $-(0,155)$ atau $15,5\%$.
3. Variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Hal ini ditunjukkan dengan F hitung sebesar $48.016 > F$ tabel yakni $3,08$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai *Adjusted R Square* $0,482$ atau $48,2\%$.
4. Menurut persepsi masyarakat Kecamatan Wadaslintang kualitas pelayanan dan harga dalam Perspektif Ekonomi Islam yakni sebagai berikut:

- a. Shopee masih belum sepenuhnya bisa menerapkan nilai-nilai ekonomi islam dalam variabel kualitas pelayanan, hal ini dinyatakan dalam item pernyataan nomor 3 yaitu “Barang yang dikirim tidak cacat atau rusak” karena mayoritas responden menjawab ragu-ragu yakni 72 orang 67,9%.
- b. Shopee telah sesuai dengan konsep harga dalam ekonomi Islam, hal ini dinyatakan dalam pernyataan nomor 1 yaitu “Harga yang ditawarkan di shopee relatif terjangkau” dimana mayoritas responden menjawab setuju yakni 85 orang 80,1%, serta item nomor 4 yaitu “Harga yang ditawarkan di shopee sesuai dengan manfaat yang saya terima” dan mayoritas responden menjawab setuju yakni 95 orang 89,6%.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Mengingat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka hendaknya shopee terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara lebih memperhatikan kondisi barang yang hendak dikirim kepada pelanggan itu tidak cacat atau rusak sehingga konsumen dapat percaya serta nyaman untuk berbelanja di Shopee.
2. Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu hendaknya shopee dapat lebih memperhatikan dalam menentukan harga sesuai dengan kondisi dan manfaat barang atau jasa yang akan diperoleh

oleh konsumen. Selain itu, akan lebih baik jika dalam mengambil keuntungan tidak terlalu tinggi sehingga harga tersebut dapat dijangkau oleh konsumen dan dapat meningkatkan laba.

3. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Selain itu juga, dapat menambah metode lain dalam meneliti seperti melalui wawancara terhadap responden sehingga jawaban yang diperoleh lebih mendalam daripada kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

C. KETERBATASAN

1. Penelitian ini hanya meneliti adanya pengaruh dari variabel kualitas pelayanan sedangkan masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, misalnya kualitas produk, promosi, brand image, diskon, cashback, flash sale dan faktor lainnya sehingga penelitian lanjutan perlu dilakukan guna menyempurnakan penelitian ini.
2. Pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui google form, sehingga jawaban yang diperoleh hanya terbatas.