

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penelitian menyimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya pada Shopee.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Penanganan Komplain (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya pada Shopee.
3. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa Kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya pada Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut

1. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Shopee di Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, di sarankan Shopee untuk melihat harga yang bersaing situs jualan *online* lainnya dengan cara menawarkan gratis ongkir atau menawarkan harga prdouk sesuai dengan



harga pasaran, memberi diskon kepada pelanggan Shopee yang selalu setia.

2. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Shopee di Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, disarankan cepat dalam penanganan komplain secara wajar dan adil dengan cara meningkatkan respon dan melakukan ganti rugi sebesar barang yang dibeli.
3. Untuk meningkatkan Kepercayaan pada Shopee di Mahasiswa Universitas Katolik Darma Cendika di Surabaya, disarankan Shopee agar meningkatkan citra baik sesuai dengan produknya dengan cara melakukan live untuk mereview produk yang akan di jual serta menawarkan koin menonton live maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2020. *Pengguna Internet di RI Capai 196,7 Juta*. CNN [APJII Catat Pengguna Internet di RI Capai 196,7 Juta \(cnnindonesia.com\)](#), (Diakses Tgl 30 Febuari 2021 : Pk. 19.05)
- Andi, Hariadi, dan Doni. 2017. Pengaruh produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1 (1): 67-87
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung
- Berita satu. 2018. 4 Faktor Seseorang Ingin Melakukan Pembelian Secara Online. <https://www.tutupkurung.com/faktor-yang-membuat-seseorang-inginberbelanja-online>. (Diakses Tgl 08 Maret 2021 : Pk. 21.05)
- Duli, N. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar*
- Ferdinand, A., 2014, *Meode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lupiyoadi, 2013., *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____ (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayati, N. (2018). "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya"
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>, Diakses 30 Febuari 2021 : Pk 19.05
<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>, Diakses 10 Juli 2021 : Pk 16.07
- Ilmiyah, dan Krishernawan, 2020, Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 6 (1) ; 31-42
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- _____ 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- _____ 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- _____ 2016. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta



Kotler, dan Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta, Arilangga.

_____ 2016. *Principle of Marketing*. Edisi 15. Ebook: Pearson

_____ 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition : Pearson

_____ 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Khaniwale, M. 2015. *Consumer Buying Behavior. International Journal of Innovation and Scientific Research*. 14 (2): pp.278-286.

Listyawati, dan Sari, 2020, Pengaruh Penanganan Komplain Kepuasan Tertanggung Pada PT. Asuransi Multi Artha Guna, Tbk Surabaya, *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 4 (2) ; 108-124

Lupiyoadi, 2013., *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: ANDI.

Listyorini, S. 2015, Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Fashion Yang Dipasarkan Melalui Media Sosial Facebook (Studi Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang), *Jurnal Ilmu Sosial*, 14 (1) ; 15-27.

<https://media.neliti.com/media/publications/101866-ID>

[kepercayaankonsumen-terhadap-niat-beli.pdf](#), Diakses 14 Maret 2021 ; pk 14. 10

Nurfadillah. 2020. Pengaruh Kualitas Jasa Produk Mobil Rental, Harga, dan Sistem Penanganan Keluhan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Rental Mobil Mobil Pada CV. Line Trip Rentcar Pekanbaru. *Skripsi*. Riau: Fakultas Ekonomi. Universitas Suska Riau

Nazarudin, I dan A, T, Basuki., 2015, *Analisis Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta, Danisa Media.

Noviyanti, S., (2020), Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Flashsale Shopee Di Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. universitas Pembangunan Nasional "Veteran".

Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung

Paramitha, P. (2011). " Pengaruh Kepuasan Pada Penanganan Keluhan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa/Produk Di Natasha Skin Care & Hair Treatment. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Rahayu (2017), Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pemeblian Online Pada Tokopedia, *Skripsi*. Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmuh Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya. Diakses 03 Maret 2021



- Rosy M, K., 2019. Upaya Kantor Depan Dalam Meminimalisir Keluhan Tamu di Hotel Cavinton Yogyakarta. *Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika*. 2 (2) ; 76-86
- Ronoprasetyo, T. 2018. Pengaruh Word Mouth Dan Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada bojong ngopi di sleman). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Shella G. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Resiko dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Pekanbaru). *Skripsi*. Riau : Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sangadji, dan Sopiah. 2013. Perilaku konsumen Yogyakarta: Andi Offset.
- Solihin, 2020, Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Online Shop Mikaylaku* Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri*, 4 (1) ; 38-51. diakses 15 Mei 2021; pk. 01.09
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, Dede Pustaka, Jakarta.
- _____ 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- _____ 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Edisi 1. Yogyakarta: ANDI *Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish
- Shodiq, A. F., Hidayatullah, S., dan Ardianto, Y. T. (2018) *Influence of design, information quality and customer services website on customer satisfaction*. 9 (12) ; 746-750.
- Tambunan, Widiyanto, 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bandeng Presto Semarang). *Jurnal Manajemen Diponegoro*, 1 (4) ; 58-66



Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Penelitian*. Yogyakarta. Andi.

_____ 2019. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

_____ 2017. *Service Management* edisi 3. Jilid 1. Yogyakarta: Erlangga.

_____ 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Andy Yogyakarta

Utami, C. W., 2017. *Manajemen Ritel*, Edisi 3, jakarta, Salemba Empat.

Wahyuningsih, S. 2019. Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin. Makassar. Diakses pada 13 Maret 2021 Pukul 18.26 www.shopee.co.id, Diakses 10 juli 2021 : Pk 16. 15

