

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee dengan kualitas produk sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa tingkat S1 di kota Cirebon) dapat ditarik kesimpulan:

1. Harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,175 dan nilai uji thitung $<$ ttabel yaitu $1,580 < 1,661$ dengan nilai signifikan yaitu $0,117 > 0,05$.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada marketplace shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,636 dan nilai uji thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $8,161 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,410 dan nilai uji t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar $3,694 > 1,661$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$.
4. Harga melalui kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee. hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien secara tidak langsung yang memiliki nilai lebih besar dari nilai koefisien secara langsung yaitu $0,261 > 0,175$. Yang artinya, kualitas produk memediasi hubungan harga terhadap minat beli.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya:

1. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan nilai rata-rata terkecil pada variabel harga yaitu daya saing harga dalam marketplace shopee, hal ini dikarenakan adanya persaingan harga dengan marketplace lain dalam memberikan produk yang sama, maka dengan demikian sebaiknya perusahaan shopee harus lebih memperhatikan kembali mengenai harga yang ditawarkan pada setiap produk. Kemudian pada indikator keterjangkauan harga terdapat beberapa responden yang tidak setuju jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan shopee terjangkau, maka dengan demikian perusahaan shopee dapat lebih memperhatikan lagi terkait harga yang ditetapkan agar bisa menarik minat beli konsumen. Pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk beberapa responden menjawab tidak setuju. Maka perusahaan shopee dapat meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan harga dikarenakan konsumen tidak keberatan jika harus membayar produk tinggi tetapi kualitas produk baik. Dan perusahaan shopee bisa meninjau kembali harga ongkos kirim yang ditetapkan, karena konsumen cenderung memperhatikan biaya ongkos kirim ketika membeli suatu produk pada marketplace.
2. Berdasarkan hasil penelitian, indikator dengan rata-rata terkecil pada variabel kualitas produk adalah kemudahan perbaikan dalam penjualan di marketplace shopee. maka dengan itu perusahaan perlu meningkatkan dalam indikator kemudahan perbaikan, karena ketika perusahaan memberikan produk yang salah atau rusak maka konsumen akan dengan mudah bisa menukar produk tersebut dan hal ini akan memberikan nilai tambahan bagi perusahaan shopee sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Kemudian pada keawetan dan keandalan terdapat beberapa konsumen juga yang tidak setuju dan ragu-ragu jika produk yang dibeli pada marketplace shopee cukup awet dan memiliki daya tahan yang baik. Maka agar meyakinkan konsumen bahwa produk pada marketplace shopee cukup awet dan dapat bertahan, maka perusahaan harus meningkatkan daya tahan dan keawetan dari setiap produk yang diperjualkan. Maka dengan itu dapat meningkatkan minat beli konsumen.