

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai Strategi *Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform *Online*, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Penelitian strategi marketing dengan indikator sesuai kebutuhan, mempunyai manfaat, ketepatan produk, dan pembelian berulang dengan program loyalti seperti poin, *cashback*, gratis ongkir dan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform belanja *online*.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan untuk pelaku usaha adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha disarankan aktif menjalankan campaign pada marketplace karena memberikan keuntungan berupa peningkatan visibilitas produk, penjualan, serta kepercayaan konsumen, sehingga mendukung efektivitas strategi *marketing* dalam meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pelaku usaha disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi marketing yang diterapkan agar produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan manfaat yang jelas.
3. Pelaku usaha bisa memaksimalkan strategi marketing dengan *tools* lain seperti *ads* guna memperluas jangkauan dan visibilitas produk.
4. Pelaku usaha dapat mendorong partisipasi konsumen dalam memberikan ulasan produk melalui program insentif, seperti undian atau hadiah, dengan tujuan meningkatkan jumlah *feedback* dari konsumen. Program ini perlu dirancang secara transparan dan etis, di mana konsumen tetap diberikan kebebasan untuk memberikan penilaian dan ulasan secara jujur sesuai dengan pengalaman mereka. Dengan meningkatnya jumlah ulasan, calon konsumen dapat memperoleh

gambaran yang lebih jelas mengenai kualitas produk, sehingga kepercayaan terhadap produk dan keputusan pembelian dapat meningkat.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah responden yang digunakan. Meskipun populasi masyarakat di Kabupaten Sukoharjo yang menggunakan platform *online* tergolong besar, penelitian ini hanya melibatkan 96 responden yang ditentukan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Cochran. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum sepenuhnya dapat mewakili seluruh karakteristik konsumen platform *online* di Kabupaten Sukoharjo secara menyeluruh.