

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Pengaruh Harga Dan Pendapatan Terhadap Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo (Studi Pada Mahasiswa Prodi S1 Ekonomi Pembangunan) sebagai berikut:

5.1.1 Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja online di kalangan mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Gorontalo. Hal ini dikarenakan jika berbelanja online sering mendapatkan potongan harga dan harga yang ditetapkan masih sesuai dengan kualitas dan manfaat barang itu sendiri.

5.1.2 Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja online di kalangan mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Gorontalo. Hal ini sesuai dengan teori permintaan dalam ilmu ekonomi dimana peningkatan pada pendapatan akan mendorong daya beli semakin kuat.

5.1.3 Secara bersama-sama harga dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berbelanja online.

5.2. Saran

5.2.1 Kewaspadaan terhadap penggunaan belanja online sebaiknya menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang menggunakan belanja online sebagai cara belanja untuk pemenuhan kebutuhan. berbelanja online memberikan

berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa online shop harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut.

5.2.2 Harga memberikan kontribusi pada peningkatan minat belanja mahasiswa pada belanja online. berdasarkan hal tersebut maka penting bagi penjual untuk menentukan harga yang kompetitif (lebih murah) dibandingkan harga dari produk atau jasa dari penjual lain. cara yang dapat dilakukan antara lain memberikan program promosi penjualan (potongan harga atau discount), harga yang lebih murah untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

5.2.3 pihak penjual juga harus memberikan pelayanan yang ramah dan baik kepada semua konsumen khususnya mahasiswa. cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan atau yang diminta konsumen.

5.2.4 Bagi pihak konsumen dalam hal ini mahasiswa ekonomi pembangunan UNG harus pandai-pandai dalam memilih toko online agar tidak tertipu dan memilih situs online yang bisa dipercaya dan situs tersebut benar-benar resmi dan ada ketentuan aturan dan hukum yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Nugroho. 2006. *E-Commerce: Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung: Informatika Bangun
- Aji, Supranto. 2005. *Pengantar Teknologi Informasi*. Salemba Infotek. Jakarta.
- Akdon, Riduwan (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung : Dewa Ruci.
- Anwar, Suroyo. 2009. *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asnawi, Said Kelana dan Chandra Wijaya, 2004. *Riset Keuangan: Pengujian*
- Arianto, B., Zulkarnain,), & Samsir,). (2016). The Effect of Product Quality, Price, Promotion Towards Purchase Decision and Consumer Loyalty of Tiga Serangkai Books in Riau Province. *Journal of Economics, Business and Applications*.
- Ashley Montagu.2005.blogspot.co.id/2015/10/pengetahuan teknologi internet dan new.html (29 Oktober 2015)
- Athar, H. S. (2020). the Impact of Marketing Mix on the Purchase Decision When Borrowing Consumer Loans. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 5(1), 40–49. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v5i1.6615>
- Badan Pusat Statistik E_Commerce 2021, Dalam Angka 2021, Jakarta: Badan Pusat Statistik E_Commerce.
- Daniel, M, 2013. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Didit Agus Irwantoko, "Online Shop", 2012 , [Online]. Tersedia: <https://www.scribd.com/doc/141079915/Online-Shop> [Diakses : 21 Februari 2018].
- Fajar, Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Geçit, B. B., & Kayacan, M. (2017). Effect of Price and Brand on Purchase Decision – An Application on Turkish Smart Phone Consumers. *International Conference on Eurasian Economies 2017*, 2–6. <https://doi.org/10.36880/c09.01960>
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilarso. 2007. Daniel 2002. *Pengertian Permintaan*. Jakarta:Media kita

- Gerin Johansyah, I., & Kaniawati, K. (2019). the Impact of Price and Quality Product on Consumers' Purchasing Decision in Kaos Anak for Kids' (Kafk) Clothing Shop. *Journal Sampurasun : Interdisciplinary Studies for Cultural Heritage*, VI(12), 29–39. <https://doi.org/10.23969/sampurasun.v6i1.2386>
- Jayanti, R. D. (2015). *Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang)*. *Eksis*, 10(1), 13–27.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan kevin Lane Keller.2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- M Nanga, 20021. *Makro Ekonomi Teori, Masalah dan Kebijakan Edisi Pertama*
- Mubyarto. 2005. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Nusarika, L. A. K., & Purnami, N. M. (2015). *Pengaruh Persepsi Harga, Kepercayaan, Dan Orientasi Belanja Terhadap Niat Beli Secara Online*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2380–2406.
- Nazir. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Jakarta: Media Kita.
- Rineka Cipta. Schiffman, Kanuk. 2008:6. “Defenisi Perilaku Konsumen”.*Journal Perilaku Konsumen*.
- Rahardja Manurung 2006. Lipsey et al 1995. *Pengertian dan Fungsi Permintaan*.
- S. Wahyuni, & Ginting, M. (2017). *The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta*. *Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26. <https://arthatamajournal.co.id/index.php/home/article/view/7/4>
- S.Pd., M. . L. M., & Syafi'i, I. M. (2020). *Pengaruh Pendapatan Dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pkl Di Jalan Gading Fajar Pada Masa Pandemi Covid-19*. *Greenomika*, Vol. 2 No.(1).
- Sukirno, Sadono. 2004. *Makro Ekonomi Teori Pengantar. Edisi III*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Sadono, Sukirno. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syofian Siregar, (2013), *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Penelitian*. Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*, Lembaga Penerbit FE UI, 2008.
- Yusuf, A. A., & Nurmalah, S. (2016). *Pengaruh Pendapatan Perkapita, Investasi, dan Belanja Pemerintah terhadap Daya Beli Masyarakat di Wilayah III Cirebon Tahun 2010-2014*. 8(1), 257–270.