

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Experiential Marketing* merupakan suatu pendekatan pemasaran yang bukan hanya sekadar mempromosikan atau menawarkan produk serta jasanya, melainkan pemasaran yang berperan untuk menciptakan pengalaman positif tak terlupakan melalui lima unsur *sence, feel, think, act, dan relate*.
2. Keputusan pembelian merupakan suatu proses konsumen dalam mempertimbangan dan mempelajari baik produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Variabel keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen memiliki lima tahapan, yaitu pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian.
3. Dalam persamaan regresi linear penelitian ini yaitu  $Y = 2,683 + 0,733X$ . Nilai koefisien *Experiential Marketing* memiliki nilai yang positif dan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian secara signifikan.

Sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa 59,7% keputusan pembelian yang dilakukan oleh pengguna Shopee dipengaruhi oleh *Experiential marketing* yang telah diberikan oleh Shopee. Dan hasil hipotesis menyimpulkan bahwa variabel *Experiential Marketing* terdapat pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Untuk Perusahaan

Perusahaan *E-commerce* Shopee harus mempertahankan kepercayaan *seller* selain para pembeli pada *E-commerce* Shopee agar para pengguna shopee yang akan melakukan keputusan pembelian dapat dengan mudah mendapatkan informasi produk yang mereka butuhkan.

### 2. Untuk Pengguna atau Calon Pengguna Shopee

Para pengguna ataupun calon pengguna Shopee dapat mempertimbangan beberapa hal pengenalan kebutuhan hingga akhirnya memutuskan melakukan pembelian. Para pengguna ataupun calon pengguna dapat lebih mencari informasi lebih detail tentang produk-produk yang mereka butuhkan dengan dapat melihat informasi dari pengalaman orang lain di Shopee.

### 3. Untuk Peneliti selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya, peneliti berharap akan lebih banyak teori mengenai *Experiential marketing* atau keputusan pembelian yang dapat mendukung penelitian sehingga dapat lebih mudah melakukan pembahasan.