

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. *Affiliate marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee dengan demikian semakin tingginya *Affiliate marketing* maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada marketplace shopee.
2. Program *cashback* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee dengan demikian semakin tingginya program *cashback* maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada marketplace shopee.
3. Flash sale berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee dengan demikian semakin tingginya Flash sale maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada marketplace shopee.
4. *Affiliate marketing*, program *cashback* dan Flash sale bersama-sama menunjukkan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee

5.2 Saran

Penelitian mengenai *Affiliate marketing*, program *cashback* dan Flash sale terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee ini masih memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut pada penelitian mendatang. Hal-hal ini yang mungkin dikembangkan adalah pada penelitian

1. Variabel *Affiliate marketing*, agar perusahaan tetap mengetatkan *Affiliate marketing* kepada karyawan yang bekerja karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Variabel program *cashback*, agar perusahaan tetap menawasi disiplin karyawan yang bekerja karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Variabel Flash sale, agar perusahaan tetap menjaga buaya organisasi karyawan yang bekerja karena berpengaruh terhadap keputusan pembelian