

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan untuk menguji tiga variabel yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian Online (Y) pada pengguna aplikasi Shopee di Desa Kemuning Kabupaten Tangerang. Jumlah sampel diperoleh dari rumus Lemeshow sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian online. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t diperoleh nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu $5.148 > 1.985$.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian online. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik t diperoleh nilai Sig. sebesar $0.107 > 0.05$ dan nilai t_{hitung} yaitu sebesar 1.627 dan t_{tabel} sebesar 1.985. Maka diketahui bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.627 < 1.985$).

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara Bersama – sama terhadap keputusan pembelian online. Hal ini dapat dilihat dari nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} yaitu $37.162 > 3.09$ dan nilai Sig. $0.000 < 0.05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan peneliti, diantaranya:

1. Bagi perusahaan Shopee harus terus melakukan inovasi baru dalam strategi penjualan produknya dengan selalu memperhatikan kualitas layanan dan dapat memberikan diskon atau promo gratis ongkir secara berkala untuk produk yang dikeluarkan, sehingga dengan hal tersebut akan semakin banyak menarik minat pembeli untuk menggunakan Shopee.
2. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta dapat menambah variabel lain seperti, kualitas produk, citra merek, promosi, dan lainnya sehingga diperoleh temuan yang lebih baik dalam menjalankan faktor – faktor dari keputusan pembelian online di Shopee.