

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Mahasiswa FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Pengguna Shopee” dapat disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai yang diperoleh $F_{hitung} = 47.923$ dan $F_{tabel} = 2.72$, yang berarti nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel $47.923 > 2.72$. dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan, Kemudahan dan Informasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online pada Mahasiswa FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Pengguna Shopee
2. Kepercayaan, Kemudahan dan Informasi memiliki pengaruh sebesar 63.5% terhadap keputusan pembelian online. sedangkan sisanya $100\% - 63.5\% = 35.2\%$

dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut :

1. Perusahaan harus dapat memperoleh simpati para konsumen, hal ini dikarenakan kepercayaan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dapat timbul jika terdapat ikatan yang kuat antara merek dan konsumen.
2. Diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan kembali kemudahan-kemudahan yang diperuntukan untuk konsumen, tentunya dengan keamanan bertransaksi agar konsumen dapat dengan nyaman berbelanja di situs online khususnya di Shopee.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini pada masa yang akan datang, melalui yang lebih mendalam dengan menambahkan variabel-variabel yang lain untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.