

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu tentang “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion* Pada *Tiktok Shop* (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2020-2021 UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,104 < 1,992$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$ yang menunjukkan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *fashion* pada *TikTok Shop*, maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak menjadikan harga sebagai faktor utama dalam mengambil keputusan pembelian, kemungkinan karena mereka lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas dan kepercayaan.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,459 > 1,992$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ yang menunjukkan Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Semakin tinggi mahasiswa terhadap kualitas produk yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan mereka untuk membeli produk tersebut
3. Variabel Kepercayaan (X3) menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,846 > 1,992$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$ yang menunjukkan Kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan,

maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa rasa percaya terhadap penjual dan platform TikTok Shop merupakan faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian.

4. Variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan (X3) menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $75,567 > 2,73$ atau nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan (X3) memiliki pengaruh positif yang signifikan, maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama menjelaskan 74,4% variasi dalam keputusan pembelian mahasiswa, sedangkan sisanya 25,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil Analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, serta kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual di TikTok Shop, disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, karena kualitas terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, membangun kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang baik, deskripsi produk yang akurat, dan ulasan positif sangat penting untuk mendukung keberlangsungan bisnis.

2. Bagi Mahasiswa sebagai Konsumen, hendaknya tetap mempertimbangkan faktor-faktor penting seperti kualitas dan kepercayaan dalam mengambil keputusan pembelian secara online agar tidak mengalami kerugian atau kekecewaan di kemudian hari.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, ulasan pengguna, atau pengaruh influencer yang juga berperan penting dalam lingkungan digital. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada kelompok responden yang lebih luas agar hasilnya lebih general.