

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) secara *online* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa di Kota Cirebon. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga maka semakin tinggi kemungkinan minat beli secara *online* pada *e-commerce* Shopee. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gustina & Wati, 2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli.
2. Kemudahan berbelanja (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) secara *online* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa di Kota Cirebon. Hal ini diduga karena keberadaan *e-commerce* lain dengan kemudahan serupa serta faktor lain, seperti promosi, ulasan pengguna, dan diskon, yang lebih memengaruhi minat beli. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Khotimah & Febriansyah, 2018) menyatakan bahwa kemudahan pengguna tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.
3. Harga (X1) dan kemudahan berbelanja (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli (Y) secara *online* pada *e-commerce* Shopee pada mahasiswa di Kota Cirebon.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, terdapat beberapa saran yang diharapkan bermanfaat. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi *e-commerce* Shopee

Hasil interpretasi persentase dari kuesioner yang diisi oleh responden, *e-commerce* Shopee perlu mempertahankan dan meningkatkan

kepercayaan konsumen dengan memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk dan mafaatnya. Informasi yang jelas mengenai spesifikasi dan deskripsi produk juga perlu diperkuat untuk mendukung minat beli dan Shopee disarankan untuk terus meningkatkan fitur pencarian produk, mempermudah proses pembayaran, dan membuat tampilan aplikasi yang lebih mudah digunakan. Langkah ini bertujuan agar pengalaman belanja menjadi lebih nyaman dan praktis bagi pengguna.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, memilih objek yang berbeda, dan menggunakan sampel yang bervariasi dari penelitian ini guna menghasilkan pembaruan dalam kajian. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel lain seperti citra merek, ulasan *beauty vlogger*, serta aspek lainnya.

