

## BAB V PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengolahan data uji t *coefficients* pada variabel keamanan diperoleh nilai sig. sebesar 0,077 atau  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel keamanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee.
2. Dari hasil pengolahan data uji t *coefficients* pada variabel kemudahan diperoleh nilai sig. sebesar 0,097 atau  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee.
3. Dari hasil pengolahan data uji t *coefficients* pada variabel minat beli diperoleh nilai sig. sebesar 0,000 atau  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa secara parsial variabel minat beli berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee.
4. Berdasarkan tabel hasil uji F anova diperoleh nilai  $F_{hitung}$  untuk variabel keamanan, kemudahan dan minat beli sebesar  $F_{hitung} (32, 859) > F_{tabel} (2,71)$  yang berarti model regresi sudah tepat. Nilai Signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa secara simultan variabel keamanan, kemudahan dan minat beli berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee.

### B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan diantaranya:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan variabel penelitiannya lebih banyak sehingga mengetahui informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di shopee. Besarnya keamanan (X1) dan kemudahan (X2) dan minat beli

(X3) terhadap keputusan pembelian adalah 0.546 atau 54,6%, sisanya merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian secara online di shopee.

2. Berdasarkan hasil analisis terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara keamanan, kemudahan dan minat beli terhadap Keputusan pembelian Shopee. Hal ini berarti semakin tinggi keamanan, kemudahan dan minat beli yang dirasakan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian Shopee. Maka diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan ataupun bahan pertimbangan untuk dapat meningkatkan Keputusan pembelian, karena dengan meningkatkan Keputusan pembelian maka tujuan perusahaan akan dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan *Marketplace* online Shopee dapat meningkat.

