BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara simultan persepsi kemudahan, promosi dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di *marketplace* pada mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} (81,630) > F_{tabel} (3,09), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di *marketplace*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (5,311) > t_{tabel} (1,98498), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Semakin tinggi persepsi kemudahan, maka akan semakin tinggi pula minat beli secara *online* di *marketplace*.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di *marketplace*. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (3,494) > t_{tabel} (1,98498), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Semakin tinggi kepercayaan konsumen pada situs jual beli *online*, maka akan semakin tinggi pula minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh *marketplace* sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variabel persepsi kemudahan yang terdiri atas indikator (prosedur transaksi *online* mudah dipahami, fitur-fitur dalam sistem transaksi *online* bisa dimanfaatkan dengan mudah, keterampilan pengguna akan bertambah ketika belanja *online*, fitur-fitur yang terdapat di *marketplace* mudah dioperasikan, transaksi *online* di *marketplace* tidak memerlukan waktu yang banyak) memberikan pengaruh terhadap minat beli di *marketplace*. Sehingga diharapkan *marketplace* dapat terus mengupayakan pembenahan sistem yang ada sehingga pengguna merasa mudah dalam menggunakan dan tidak kesulitan untuk mengikuti proses transaksi yang harus dijalani.
2. Dalam penelitian ini variabel kepercayaan yang terdiri atas indikator (situs jual beli *online* dapat diandalkan untuk belanja, situs jual beli *online* memiliki reputasi yang baik, situs jual beli *online* memberikan keamanan dalam bertransaksi) memberikan pengaruh terhadap minat beli di *marketplace*. Sehingga diharapkan *marketplace* dapat terus menjaga kepercayaan konsumen, sehingga konsumen tidak kecewa dan terus melakukan belanja *online*.