

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara simultan (uji F) diketahui bahwa F hitung $19.180 > F$ tabel 2.70 maka H_0 ditolak pada tingkat signifikansi 5% dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (X) yaitu bahwa Kepercayaan *Online* (X_1), *Testimonial* (X_2), Pengalaman Pembelian (X_3), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli *Online* (Y)
2. Dalam menguji secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa:
 - a. Kepercayaan *Online*(X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada situs Shopee dengan nilai t hitung $0.692 < t$ tabel 1.9858.
 - b. *Testimonial* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada situs Shopee dengan nilai t hitung 2.315 $> t$ tabel 1.9858.
 - c. Pengalaman Pembelian (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada situs Shopee dengan nilai t hitung $4.644 > t$ tabel 1.9858

3. Variabel bebas yang paling memberikan pengaruh dominan terhadap minat beli pada situs Shopee adalah variable Pengalaman Pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penyebab minat beli bertransaksi secara *online* melalui situs marketplace Shopee. Dari ketiga variabel, hanya dua variable saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa *Testimonial*, dan Pengalaman Pembelian dapat menjadi penyebab Minat Beli pelanggan Shopee.

b. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan tersebut diatas maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain :

1. Hendaknya pihak Shopee tetap harus meningkatkan keamanan dan jaminan privasi pelanggan meskipun Shopee telah memiliki pelanggan dalam jumlah yang besar, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan untuk berbelanja *online*. Pada variabel Kepercayaan *Online* ini tergolong pada tingkatan yang paling rendah.
2. Hendaknya penjual-penjual *online* pada situs Shopee meningkatkan kualitas pelayanan, produk dan postingan yang menarik agar pelanggan tertarik untuk memberikan umpan balik yang baik. *Testimonial* dalam penelitian ini berpengaruh untuk membantu pelanggan melakukan pembelian.

3. Hendaknya pihak Shopee selalu meningkatkan fitur dan layanan pada situs Shopee, seperti halnya memberikan inovasi-inovasi baru, potongan harga, dan lain-lain agar meningkatkan minat beli pelanggan terhadap situs Shopee. Variabel Pengalaman Pembelian merupakan hal yang mempunyai peran penting untuk melakukan pembelian di masa mendatang.