

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. *Emotional ambivalence* (X1), *hesitation at checkout* (X2), *payment intention* (X3), *choice overload* (X4), *compare with website* (X5), *perceived transaction inconvenience* (X6), *perceived cost* (X7), dan *perceived risk* (X8) secara simultan (bersama sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel *shopping cart abandonment* (Y).
2. *Emotional ambivalence* (X1) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).
3. *Hesitation at checkout* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).
4. *Payment intention* (X3) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).
5. *Choice overload* (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).
6. *Compare with website* (X5) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).
7. *Perceived transaction inconvenience* (X6) secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).

8. *Perceived cost* (X7) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y)
9. *Perceived risk* (X8) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *shopping cart abandonment* (Y).

5.2 Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas pengabaian keranjang belanja di aplikasi Shopee cenderung tinggi. Untuk itu, diharapkan Shopee dapat meningkatkan kualitas kinerja dan personalisasi aplikasi. Seperti rekomendasi atas produk dan penawaran pengalaman belanja yang lebih personal sehingga akan meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi tingkat pengabaian keranjang belanja serta konversi penjualan di platform Shopee juga akan meningkat.
2. Hasil penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat diperbaiki untuk peneliti selanjutnya seperti jumlah sampel yang terbatas sehingga menyebabkan keakuratan hasil menjadi rendah dan item penelitian masih sedikit. Untuk itulah *shopping cart abandonment* perlu dilakukan pengkajian secara mendalam atau mengembangkan variabel penelitian dengan menambah variabel dan menggunakan variabel lainnya yang menjadi faktor terbentuknya perilaku *shopping cart abandonment*.