

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna aplikasi Tumbas sebagai *platform* digitalisasi UMKM di Mojokerto. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai F-hitung dan nilai signifikansi yang kemudian dapat dinyatakan bahwa H1 diterima yang berarti variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Kemudahan Penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t-hitung dan nilai signifikansi yang kemudian dapat dinyatakan bahwa H1 diterima yang berarti variabel Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh nilai t-hitung dan nilai signifikansi yang kemudian dapat dinyatakan bahwa H1 diterima yang berarti variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Aplikasi Tumbas

Berdasarkan hasil penelitian, Disperindag Kabupaten Mojokerto selaku pihak pengelola aplikasi diharapkan lebih memperhatikan aspek kemudahan penggunaan aplikasi Tumbas. Hal ini dikarenakan variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang lebih rendah dibandingkan variabel kualitas layanan. Aspek kemudahan penggunaan perlu terus ditingkatkan dan dikembangkan melalui penyediaan fitur yang mudah dipahami, tampilan aplikasi yang sederhana, serta proses transaksi yang praktis. Selain itu, aspek kualitas layanan yang telah memberi pengaruh yang dominan perlu dipertahankan sehingga keputusan pembelian pengguna aplikasi dapat terus meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, promosi, kepercayaan, maupun citra merek. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan sampel penelitian serta menggunakan metode penelitian yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih beragam dan komprehensif.