

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan uji F, variabel kemudahan penggunaan, resiko, dan kepercayaan konsumen memiliki signifikansi 0,000 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai F_{hitung} 29,157. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel kemudahan penggunaan, resiko, dan kepercayaan konsumen terhadap perilaku repurchase intention pada situs belanja online Shopee pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Berdasarkan uji T, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai t_{hitung} 6,625 > 1,974. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel kemudahan penggunaan terhadap perilaku *repurchase intention* pada situs belanja online Shopee pada mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Berdasarkan uji T, variabel resiko memiliki nilai signifikansi 0,632 ($>0,05$ = memiliki korelasi) dengan nilai t_{hitung} - 0,479 < t_{tabel} -1,974. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara negatif dan tidak signifikan variabel resiko terhadap perilaku *repurchase intention* pada mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa timur.

4. Berdasarkan uji T, kepercayaan konsumen memiliki nilai signifikansi 0,003 ($>0,005$ = memiliki korelasi) dengan nilai t_{hitung} 2,983 $>$ t_{tabel} 1,974. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel kepercayaan konsumen terhadap *repurchase intention* pada mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Penulis, dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kuisisioner kemudahan penggunaan dengan nilai terendah yaitu prosedur pengembalian dana pada situs belanja online Shopee transparan dan jelas memiliki persentase 2% orang tidak setuju. Peneliti menyarankan Shopee agar lebih transparan dan jelas dalam proses pengembalian dana yang dilakukan pihak konsumen dan pihak Shopee. Sehingga konsumen akan merasa dimudahkan dalam pengembalian dana, dengan begitu konsumen akan melakukan *repurchase intention*.

2. Hasil dari kuisinoner kepercayaan konsumen yaitu transaksi yang dilakukan konsumen di situs belanja *online* Shopee efisien, sehingga tidak banyak membuang waktu medapatkan nilai terendah dengan persentase 2% orang tidak setuju. Peneliti menyarankan situs belanja *online* Shopee meningkatkan efesiensinya agar konsumen tidak banyak membuang waktu ketika berbelanja *online* di Shopee. Hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen untuk melakukan *repurchase intention*.
3. Berdasarkan hasil kuisioner resiko yaitu kesalahan pengiriman alamat kepada pihak konsumen sering terjadi pada situs belanja online Shopee mendapatkan nilai paling tinggi dengan presentase 11% orang setuju. Peneliti menyarankan situs belanja online Shopee hendaknya memperketat dalam sortir alamat pengiriman dan mengingatkan kurirnya agar lebih teliti lagi dalam proses pengiriman barang kepada pihak konsumen.