

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.5 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan maka kesimpulannya sebagai berikut :

Hasil penelitian tentang kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online memberikan pengaruh yang signifikan terhadap karyawan dan mahasiswa pengguna Shopee di Kabupaten Subang.

Hasil penelitian tentang kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online memberikan pengaruh yang signifikan terhadap karyawan dan mahasiswa pengguna Shopee di Kabupaten Subang.

Hasil penelitian tentang kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online memberikan pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap karyawan dan mahasiswa pengguna Shopee di Kabupaten Subang



Saran

Berdasarkan hasil penelitian statistik maka dalam kesempatan ini peneliti memberikan saran sebagai masukan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian online di Shopee.

Adapun saran dari peneliti dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian online di shopee antara lain :

Shopee diharapkan mampu menjamin kepercayaan konsumen dengan memeberikan retur kepada konsumen yang menerima dan terjaminnya produk sampai ditempat konsumen dengan keadaan tidak rusak / cacat, hal tersebut akan meningkatkan minat beli konsumen pada shopee, dan mampu memberikan toko-toko tebaik guna meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan produk yang sesuai dengan apa yang konsumen lihat pada tampilan utamanya.

Shopee diharapkan mampu melakukan inovasi mengenai kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang efektif. Sehingga pengalaman dan kepercayaan konsumen pada situs jual beli online shopee akan meningkat baik dan akan mampu memberikan dampak positif bagi konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian secara online di shopee

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau membandingkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online dalam konteks pemasaran melalui kepercayaan dan kemudahan. Selain menggunakan media online untuk menyebar kuesioner, penelitian selanjutnya sebaiknya disertai dengan wawancara sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yyang bersifat subjektif.

DATAR PUSTAKA

JURNAL

Aminudin Hamdat, Arafah dan Ariyanti Muhtar Kusuma, 2020. *Manajemen Pemasaran dan Prilaku Konsumen*.

Davis (2019:30) Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Pengguna Layanan Pembayaran Digital GO-PAY
<http://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/view/596>

Fatimah Adiningsih (2018). Pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, persepsi risiko, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online

Furi, R., Hidayati, N., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli Online pada Situs Jual Beli Shopee. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(02).

Ghozali, & Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegor*

Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31-42.

Jogiyono (2019) Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna Pada Aplikasi Ovo.

KANAL (JURNAL ILMU KOMUNIKASI), 6 (2), Maret 2018, 91-100 ISSN 2302-6790 (print), ISSN 2541-2841 (online) Link Jurnal: <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal> Link DOI <https://10.21070/kanal.v6i2.1931>

Kepuasan, P., Maharani, S., & Ak, M. (2020). *PELANGGAN PADA ONLINE SHOP DI SHOPEE Pembimbing*

Maulana, M. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Nickels, McHugh and McHugh (2017:11)

Pengantar Manajemen dalam buku Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan

- Perdana, A. S. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen, dan Promosi Terhadap Minat Beli Mahasiswa FKIP Unila Di Situs Jual Beli Online Shopee
- Rosian Anwar dan wijaya Adidarma, 2016, Pengaruh Kepercayaan dan Resiko pada Minat Beli Belanja Online
- Riyanto, G. P. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>
- Sugara, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen “Z”). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol, 52(1), 8–15*. 
- Setiawan, Y., Khairul, I., & SHI, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembeliann Secara Online Pada Situs Jual Beli Shopee. *FEB Islam IAIN Surakarta*.
- Sumitra, E., & Nellyaningsih, N. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Meeting Package Di Hotel Aston Pasteur Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science, 6(2)*.
- Solihin, S., & Zuhdi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan, 1(1), 11 - 20*. Retrieved from <https://kuesioner.stiekesatuan.ac.id/index.php/jikes/article/view/403>

BUKU

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. Alih Bahasa: Benyamin Molan. Manajemen Pemasaran. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2018. *Manajemen Pemasaran Edisi 13. jilid 2*

Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta*

Sofjan Assuri, (2018). *Manajemen Pemasaran Bisnis*

Umar Sidiq dan Moh. Mitachul Choir (2020). *1 Metode Kualitatif Di Bidang Pendidikan.*

Tauik Hidayat dan Nina Istiadah (2011). *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 19 Untuk Mengolah Data Statistik Penelitian.* diterbitkan oleh mediakita

INTERNET

<https://www.winetseven.com/10-aplikasi-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-2019/> manajemen menurut M. Manullang (2018:2) yang dialih bahasakan oleh R. Supomo dan Eti Nurhayati adalah <http://repository.unpas.ac.id/43421/4/5.%20BAB%20II.pdf>

Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi), 6 (2), Maret 2018, 91-100 ISSN 2302-6790 (print), ISSN 2541-2841 (online) Link Jurnal: <http://ojs.umsida.ac.id/index.php/kanal> Link DOI: <https://10.21070/kanal.v6i2.1931>

Solihin, S., & Zuhdi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 11 - 20. Retrieved from <https://kuesioner.stiekesatuan.ac.id/index.php/jikes/article/view/403>

Tabel r hitung <https://rufiismada.files.wordpress.com/2012/10/tabel-r.pdf>

Tabel t hitung <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/tabel-t.pdf>

Tabel f hitung <http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/07/tabel-f-0-05.pdf>