

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,892 artinya bahwa Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kenyamanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Angka ini berarti bahwa kontribusi variable kepercayaan ( $X_1$ ) dan kenyamanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar 89,2% dan sisanya 10,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini
2. Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kenyamanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung} = 198,193$  dengan *probability* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa kepercayaan ( $X_1$ ) dan kenyamanan ( $X_2$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) maka hipotesis pertama diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,834 terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dan nilai  $t_{hitung} = 12,800$  dengan tingkat *probability*  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa Kepercayaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) maka hipotesis kedua diterima.
4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kenyamanan ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,098 terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dan nilai

$t_{hitung} = 2,062$  dengan tingkat *probability*  $0,045 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa Kenyamanan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) maka hipotesis ketiga diterima.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Kepercayaan pada Situs *Online Store* Shopee merupakan faktor penting yang harus diperhatikan pihak *Online Store* Shopee karena jika kepercayaan konsumen meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat sehingga membuat situs *online shop* shopee menjadi lebih terpercaya dimata konsumen.
2. Kenyamanan pada Situs *Online Store* Shopee juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan pihak *online shop* shopee jika konsumen merasa nyaman saat berbelanja maka konsumen akan kembali melakukan keputusan pembelian pada Situs *Online Store* Shopee.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain kepercayaan dan kenyamanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian. Misalnya, variabel keamanan karena keamanan tentunya akan menjadi salah satu faktor yang akan dipertimbangkan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian secara online. Hal ini bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini, oleh karena itu masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.