

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di analisis data dan pembahasan tentang pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Harga dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pengguna Shopee Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pengguna shopee pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai t_{hitung} $0,860 < t_{tabel} 1,661$ dengan signifikansi $0,392 > 0,05$.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pengguna shopee pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai t_{hitung} $0,893 < t_{tabel} 1,661$ dengan taraf signifikansi $0,374 > 0,05$.
3. Harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pengguna shopee pada mahasiswa

UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai $t_{hitung} 4,557 > t_{tabel} 1,661$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$.

4. Kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan keputusan pembelian *online* pengguna shopee pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dengan nilai $t_{hitung} 3,015 > t_{tabel} 1,661$ dengan signifikansi $0,003 < 0,05$.
5. Kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel} (61,503 > 2,70)$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Produsen

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan kualitas produk, mempertahankan persaingan harga dengan produsen lainnya serta mempertahankan kemudahan dalam penggunaan situs. Hal

ini berguna untuk meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini membahas empat variabel bebas yaitu kepercayaan, kualitas produk, harga dan kemudahan yang mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian *online*. Disarankan untuk penelitian selanjutnya menambah variabel-variabel lain yang dapat mengembangkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Startegi Pemasaran*. (Bandung:CV Pustaka Setia)
- Amir, Taufiq. 2017. *Merancang Kuesioner: Konsep dan Panduan Untuk Penelitian Sikap Kepribadian dan Perilaku*. (Jakarta: Prenada Media)
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher)
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2017. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS & EvIEWS)*. (Jakarta:Rajawali Pers)
- Bungin, Burhan . 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Prenada Media Group)
- Dahruji. 2017. *Statistik*. (Yogyakarta: Duta Media Publishing)
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Deepublisher)
- Durianto, Darmadi dkk. 2018. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Fahmi, Irham. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. (Bandung:Alfabeta)
- Indrayani, Damsar. 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar*. (Jakarta:Kencana)
- Fani Reza, Iredho. 2017. *Penyusunan Skala Psikologis: Memahami Manusia Secara Empiris*. (Palembang: Noerfikri)
- Firmansyah, Anang. 2019. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. (Surabaya : Penerbit Qiara Media)

- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. (Surabaya: Penerbit Qiara Media)
- Fitrah dan Luthfiyah. 2018. *Metodologi Penelitian, Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. (Sukabumi: CV Jejak)
- Fitri, Irna. 2016. *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi Pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. (Lampung: Skripsi)
- Indrayani, Damsar. 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar*. (Jakarta:Kencana)
- Istiqomah, dkk. 2019. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Shopee di Kota Lumajang*. (Jurnal Volume 2)
- Istanti, Fredianaika. 2017. *Pengaruh Harga, Kepercayaan, Kemudahan Berbelanja Dan E-Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Di Kota Surabaya*. (Jurnal Bisnis & Teknologi Politeknik Vol 4, No.1)
- Lestari, Niken Ayu dan Sri Setyo Iriani. 2018. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.com*, (Jurnal Ilmu Manajemen Vol 6)
- Martono, Nanang. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada)
- Morissan. 2018. *Metode Penelitian Survei*. (Jakarta: Kencana)
- Mulyadi. 2017. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. (Yogyakarta : Salemba Empat)
- Nasution, Siti Lam'ah dkk. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. (Jurnal ECOBISMA Vol.7 No.1)

- Nawari. 2018. *Analisis Regresi*. (Jakarta: PT. Gramedia)
- Untari, Dian Tyas. 2019. *Manajemen Pemasaran: Kasus Dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*.(Jakarta: Pena Persada)
- Payadnya, I Putu Ade Andre dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika. 2018. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. (Yogyakarta: Deepublisher)
- Rahayu, Siwi Aditya. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Online Di Magelang Melalui Aplikasi Shopee (Studi Empiris Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang*. (Magelang:Skripsi)
- Raharjo, Tri Weda. 2018. *Strategi Pemasaran dan Penguatan Daya Saing Produk*. (Jakarta: Jakad Media Publishing)
- Rangkuti, Freddy. 2016. *Strategi Promosi yang Kreatif*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Deepublisher)
- Rohman, Fatchur. 2017. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Butik di Kota Malang*. (Malang: Universitas Brawijaya Press)
- Santoso, Singgih. 2016. *Menggunakan SPSS untuk Statistik Parametrik*. (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo)
- Setiadi, Nugroho. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. (Jakarta: Prenada Media)
- Simamora, Bilson .2015 *.Analisis Multivariat Pemasaran*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)

- Sjafrizal. 2019. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. (Malang: Niaga Swadaya)
- Sudjarmika, Fransiska Vania . 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.com*. (Jurnal AGORA Vol.5, No.1)
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Bogor:Ghalia Indonesia)
- Suntoyo, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: CAPS)
- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. (Yogyakarta: Deepublish)
- Yuniarti, Yenny. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. (Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora, Volume 18 No. 1)
- Yusuf, Muri. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. (Jakarta: Prenada Media)
- Zaki, Khozin . 2020. *Seri Manajemen Islami, Viral Marketing dan Pemasaran Syariah*. (Jakarta: CV. Amerta Media)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/03/shopee-jadi-e-commerce-paling-top-dari-masa-ke-masa>