

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* secara *online*, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan *e-commerce*/situs jual beli *online* tergolong tinggi terutama pada cara konsumen mengakses sebuah situs dengan mudah. Selain itu, ditunjang pula dengan kecepatan konsumen belajar mengakses situs, interaksi pada situs jelas dan dimengerti serta konsumen dapat berbagi informasi mengenai cara mengakses situs jual beli *online*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk *fashion* secara *online* tergolong tinggi pada sisi pencarian informasi mengenai produk *fashion* yang diinginkan berdasarkan testimoni atau pengalaman orang lain. Selain itu, didukung pula dengan banyaknya referensi harga produk sejenis pada situs agar pembeli dapat menyesuaikan dengan kemampuan keuangannya dan metode pembayaran yang tergolong sangat mudah, seperti pembayaran melalui minimarket, transfer antar bank, pembayaran langsung (*cash on delivery*), serta pembayaran secara kredit. Sehingga konsumen memiliki

keinginan untuk merekomendasikan kemudahan yang dirasakannya kepada orang lain.

2. Hasil analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $21,242 > 1,9736$. Pengaruh antara variabel persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian tergolong kuat karena nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,850 dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,723 atau 72,3% yang mempunyai arti variasi pada variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan. Sedangkan, sisanya 0,277 atau 27,7% dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan analisa data serta pembahasan dan kesimpulan dalam penelitian ini yang telah dijabarkan, maka kesimpulan yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Bisnis

Bagi calon pelaku bisnis yang ingin membangun usaha dibidang perdagangan elektronik atau *e-commerce*, diharapkan untuk lebih menyederhanakan aplikasi dan menyediakan panduan manual agar masyarakat dapat menggunakannya dengan lebih mudah. Selain itu juga diharapkan untuk calon pelaku bisnis meningkatkan kualitas informasi dan

kualitas produk dalam situsnya agar masyarakat merasa yakin dengan keputusan mereka untuk membeli produk yang dinginkannya.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Bagi peneliti berikutnya diharapkan untuk menambah variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti persepsi kepercayaan, persepsi risiko, kualitas informasi, dan *celebrity endorser*.