

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan tentang pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee (Survei pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan penggunaan ketika mengakses Shopee ternilai baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa peran kemudahan penggunaan dalam memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengakses Shopee tercapai. Berdasarkan sikap responden terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee relatif cukup tinggi.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk *fashion*. Sebesar **20,7%** variasi Keputusan Pembelian dijelaskan oleh variabel Kemudahan penggunaan. Sedangkan sisanya sebesar 0,793 atau **79,3%** dijelaskan oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan analisa data, pembahasan dan juga hasil yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut.

1. Bagi Shopee

Berdasarkan indikator “aplikasi Shopee tidak sering mengalami eror sistem” memiliki pernyataan tidak setuju paling besar, maka Shopee harus lebih memperhatikan dan juga memperbaiki sistemnya agar para konsumen ketika membuka aplikasi Shopee tidak lagi mengalami eror sistem.

2. Bagi Masyarakat

Shopee sebagai salah satu *market place e-commerce* terbesar di Indonesia jangan terlalu merasa puas akan prestasi yang diperoleh sekarang. sebaiknya Shopee harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan juga produk, agar dapat memastikan bahwa konsumen – konsumen akan tetap selalu merasa puas apabila bertransaksi produk dan terus melakukan pembelian ulang melalui Shopee, hal ini guna untuk meningkatkan penjualan Shopee agar terus meningkat dari tahun ke tahun yang akan datang.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian seperti ini, disarankan untuk memilih dan meneliti variabel bebas lain selain kemudahan penggunaan, yang mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya seperti pengaruh kualitas produk, harga, citra merek, keamanan bertransaksi, dan lain-lain.