

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan serta analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Financial Literacy*, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Berbelanja Online Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2016 yang telah dijelaskan pada BAB sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis linear berganda diperoleh persamaan  $Y = 40,096 + 0,195 X_1 + 0,228 X_2 + 0,195 X_3 + e$ . Dari persamaan tersebut nilai konstan 40,096 artinya jika *Financial literacy* ( $X_1$ ), Kualitas pelayanan ( $X_2$ ), Promosi penjualan  $X_3$  sebesar 0, maka Keputusan berbelanja ( $Y$ ) akan bernilai sebesar 40,096. Selanjutnya nilai koefisien financial literacy  $X_1$  adalah sebesar 0,195 artinya apabila *financial literacy* ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka keputusan berbelanja ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,195. Kemudian nilai koefisien Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,228 artinya apabila Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka keputusan berbelanja ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,228. Kemudian nilai koefisien Promosi penjualan ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,195 artinya apabila promosi penjualan ( $X_3$ ) mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan mengalami

peningkatan sebesar 0,195 dengan syarat variabel bebas lainnya bernilai tetap.

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *financial literacy* terhadap Keputusan Berbelanja Online Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2016 yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $4,170 > 1,661$  dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ .
1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan berbelanja online mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas negeri medan stambuk 2016 yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $4,788 > 1,661$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi penjualan terhadap keputusan berbelanja online mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas negeri medan stambuk 2016 yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $5,098 > 1,661$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
3. Secara simultan (uji f) dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dimana  $27,049 > 2,71$  dan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel *Financial Literacy*, Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja online mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas negeri medan stambuk 2016.
4. *Financial literacy* ( $X_1$ ) Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) Promosi penjualan ( $X_3$ ) memberikan sumbangan pengaruh atau koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,474 (47%) berarti bahwa 47% perubahan Keputusan berbelanja dipengaruhi oleh *Financial Literacy*, Kualitas Pelayanan dan Promosi

Penjualan, sedangkan 53 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini dan simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi diharapkan bisa meningkatkan *financial literacy* yang sudah didasari dengan ilmu pengetahuan didalam proses belajar mengajar sehingga mampu mengoptimalkan pengetahuan ekonomi dan menjadikan hidup kita lebih terarah dan sejaterah.
2. Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi diharapkan mampu mengubah pola hidup konsumtif dengan banyak mengikuti organisasi dan seminar mengenai ekonomi sehingga mampu membuka wawasan dan ilmu pengetahuan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti maupun mengembangkan penelitian serupa, peneliti menyarankan agar mempertimbangkan variasi dari sampel yang akan diteliti dan tentunya dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.