

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terdapat hasil penelitian maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Yang ditunjukkan dengan perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,676 > 1.99045$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Variabel Potongan Harga yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,990 > 1.99045$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di shopee pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
3. Secara silmultan (Uji F) dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($41.397 > 3,11$), sedangkan taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan Dan Potongan Harga Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee.
4. Dalam perhitungan determinasi (R^2) diperoleh 0,512. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan adalah

51,2%. Sedangkan sisnya 48,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan serta penelitian yang dilakukan di Prodi Pendidikan Ekonomi Stambuk 2019 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan maka saran peneliti atas penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebelum melakukan pembelian, ada baiknya dipahami terlebih dahulu penggunaan setiap fitur yang ada pada aplikasi shopee. Untuk memudahkan dalam memilih barang yang akan dibeli, dan ketika melakukan pembelian produk ada baiknya disesuaikan dengan kebutuhan walaupun barang lainnya sedang ada potongan harga atau diskon untuk menghindari pembelian produk yang tidak terlalu penting.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat menggali lebih dalam lagi dan menambah variabel lain dalam penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian secara online selain variabel potongan harga dan juga persepsi kemudahan penggunaan aplikasi. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan *ecommerce* lain yang sedang digemari atau yang merupakan pemain baru di pasar Indonesia.