

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil yang disajikan pada bab sebelumnya. Bab ini berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini akan merangkum dan membahas tujuan penelitian yang mana untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepercayaan pada keputusan pembelian.

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu gaya hidup, kepercayaan, dan keputusan pembelian. Dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, diajukan 2 hipotesis dan hasil analisis, yang menurutnya 2 hipotesis tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Untuk menjawab rumusan masalah, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup dan keputusan pembelian di Shopee.
2. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Shopee.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh gaya hidup dan kepercayaan pada keputusan pembelian di Shopee. Penelitian pengguna Shopee di Kota Padang, bahwa gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Informasi ini sangat membantu Shopee yang ingin meningkatkan penjualan di Kota Padang dengan fokus atau

memaksimalkan gaya hidup dan kepercayaan konsumen terhadap Shopee. Kemudian diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi para ilmuwan yaitu sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Untuk meningkatkan keputusan pembelian di Shopee, maka perusahaan perusahaan dapat melakukan survei terkait gaya hidup dan kepercayaan pelanggan terhadap Shopee. Diharapkan pelanggan mampu memberikan opini yang sebenarnya agar implementasi dari survei tersebut sesuai dengan kepuasan pelanggan.

Saat saya meneliti variabel gaya hidup pertanyaan tertinggi dari variabel ini adalah Peneliti menemukan bahwa pertanyaan pada variabel gaya hidup Saya merasa senang dan tertarik berbelanja di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa senang dan tertarik berbelanja di Shopee dikarenakan responden menilai bahwa shopee mudah digunakan dan transaksinya aman, yang perlu ditingkatkan Shopee memperbanyak gratis ongkos kirim dan diskon agar konsumen semakin senang dan tertarik berbelanja di Shopee.

Shopee memiliki kemampuan yang baik untuk mengamankan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa aman melakukan transaksi di Shopee dikarenakan shopee memberikan jaminan terhadap konsumen, contohnya Ketika barang konsumen belum sampai dan pihak Shopee tidak akan melepas uang konsumen ke penjual, yang perlu ditingkatkan Shopee yaitu keamanannya agar konsumen tidak beralih ke *e-commerce* lain.

Saya merasa puas menggunakan Aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dikarenakan Shopee mudah digunakan dan

konsumen mendapatkan barang dengan harga yang murah, yang perlu ditingkatkan Shopee dalam meningkatkan pelayanan seperti *customer service* agar konsumen merasa puas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti selama penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna dan memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan lebih memperhatikan keterbatasan ini. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini dilakukan hanya di Kota Padang, oleh karena itu hasil penelitian hanya dapat mewakili masyarakat Kota Padang.
2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yaitu gaya hidup dan kepercayaan dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

5.4 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh, Adapun saran dari penelitian ini agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi beberapa pihak dimasa yang akan datang. Beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Disarankan penelitian selanjutnya akan memperbanyak sampel responden sehingga hasil yang diperoleh bisa lebih baik lagi.
2. Disarankan agar penelitian selanjutnya menambah variabel-variabel lain yang dirasa lebih mempengaruhi keputusan pembelian seperti ulasan pelanggan, harga dan kualitas informasi.

3. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan objek *e-commerce* yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang beragam.

