

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa 12,8% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi. Sedangkan sisanya 88,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian ini dapat ditarik simpulan sebagai berikut:]]

1. Berdasarkan hasil uji f (simultan) menyatakan bahwa keputusan pembelian yang dilihat dari tiga variabel, yaitu kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada *online shop*. Hal ini dapat dilihat pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 5,839 di mana nilai ini lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,091 ( $5,839 > 3,091$ ) dan nilai signifikan F sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05.
2. Berdasarkan uji t (parsial) menunjukkan bahwa terdapat satu variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel kemudahan. Sedangkan sisanya dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel kepercayaan dan kualitas informasi. Hasil analisa data menunjukkan bahwa variabel kemudahan yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian jika dibandingkan dengan dimensi yang lain. Hal ini dapat dilihat dari koefisien *unstandardized beta*

sebesar 0,211 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih besar dari variabel bebas lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari analisis data, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan yang menyebutkan bahwa yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian (Y) pada *online shop* yaitu kemudahan (X<sub>1</sub>) di UIN Antasari, kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan kualitas informasi (X<sub>3</sub>) masih belum mempengaruhi di UIN Antasari karena sebagian yang memilih secara langsung bertransaksi jual beli dan belum memahami cara guna aplikasi *online shop*.
2. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas ruang lingkup penelitian seperti, melakukan penelitian terhadap keamanan dan kemudahan dalam bertransaksi di toko *online*.