

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ), dan kemudahan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,234 > 2,87$ ) dan nilai signifikan F sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ).

Berdasarkan hasil uji t (parsial) menyatakan bahwa dari 3 variabel bebas dalam penelitian ini hanya variabel promosi ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) yang berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, sedangkan variabel kemudahan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana variabel promosi ( $X_1$ ) yang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,816 > 1,689$ ) dengan nilai signifikansi 0,008 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 dan variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,115 > 1,689$ ) dengan nilai signifikansi 0,004 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Sedangkan kemudahan ( $X_3$ ) dengan nilai

$t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,465 < 1,689$ ) dengan nilai signifikansi 0,645 lebih besar dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05. Hasil analisa data menunjukkan bahwa variabel kepercayaan yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berbelanja di toko *online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, hal ini dikarenakan toko *online* Shopee banyak digunakan oleh mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin sehingga mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin percaya untuk berbelanja di toko *online* Shopee. Sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan berbelanja di toko *online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin karena banyaknya persaingan toko *online shop* lain.

## **B. Saran-saran**

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

1. Dari hasil pembahasan menyebutkan bahwa yang mempengaruhi keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yaitu promosi ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ), sedangkan kemudahan ( $X_3$ ) masih belum mempengaruhi keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperhatikan faktor-faktor yang akan diangkat menjadi variabel penelitian.
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh promosi, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada

Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

3. Dengan adanya keterbatasan dalam penelitian ini, diharapkan kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis lebih lanjut dengan mengambil wilayah yang lebih luas dan variabel penelitian yang lebih mendalam.