

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Gaya Hidup (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pada mahasiswa STIE-SAK. dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,448 > 1,988$) dengan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) dimana besarnya pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 35,2 %
2. Kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pada mahasiswa STIE-SAK. dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5289 > 1,988$) dengan nilai signifikan ($0.000 < 0.05$) dimana besarnya pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 42,5 %
3. Pengalaman Berbelanja (X3) secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pada mahasiswa STIE-SAK dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,071 < 1,988$) dengan nilai signifikan ($0.943 > 0.05$) dimana besarnya pengaruh pengalaman berbelanja terhadap keputusan pembelian sebesar 1,2%.

4. Gaya Hidup (X1), Kepercayaan (X2) dan Pengalaman Berbelanja (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dibuktikan dengan tingkat signifikan ($0.000 < 0,05$) dan $F_{hitung} 97,368 > F_{tabel} 2,71$) dimana besarnya pengaruh Gaya Hidup (X1), Kepercayaan (X2) dan Pengalaman Berbelanja (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 77,9%. Sedangkan sisanya sebesar 20,1% dapat di jelaskan oleh sebab sebab lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5.2. Saran

1. Disarankan kepada penjual di toko *online* untuk menyediakan produk yang lebih beragam agar meningkat jumlah konsumen, indicator terendah terdapat pada ketersediaan produk untuk semua kalangan dari anak-hingga dewasa dengan TCR sebesar 78,2%.
2. Di harapkan toko online untuk lebih mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang diinginkan,indicator terendah terdapat pada Produk yang di butuhkan mudah di dapatkan di toko *online* dengan TCR 75,6%
3. Diharapkan aplikasi toko *online* untuk lebuh memperhatikan setiap keluhan pembeli supaya pembeli lebih di layani saat berbelanja,indicator terendah terdapat pada Respon yang diberikan cukup baik dengan TCR 78,6%.