

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat kota Kupang.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee pada masyarakat kota Kupang.

5.2 Implikasi Teoritis

Teori pertama yang digunakan adalah teori Solomon (2018:304) berpendapat bahwa pengalaman transaksi yang lancar, seperti metode pembayaran yang cepat dan berbagai pilihan pembayaran, sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih layanan atau produk yang menawarkan kemudahan dalam proses transaksi. Hasil penelitian saya mendukung teori yang disampaikan oleh ahli tersebut. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi Anugrah Heni dkk, (2020).

Teori kedua yang digunakan adalah teori Kotler & Keller (2016:168) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen adalah faktor kunci dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Ketika konsumen merasa percaya terhadap merek atau penjual, mereka lebih mungkin untuk membeli produk atau layanan tersebut. Hasil penelitian saya mendukung teori yang disampaikan oleh ahli

tersebut. Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi Anugrah Heni dkk, (2020).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa masukan sebagai berikut :

1. Dengan diketahui bahwa variabel kemudahan transaksi pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator variabel kemudahan transaksi mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan di tingkatkan. Kemudian bagi konsumen yang akan melakukan pembelian disarankan agar melihat pilihan transaksi yang akan digunakan. Karena adanya pilihan transaksi tersebut, maka konsumen akan mempertimbangkan untuk melakukan keputusan pembelian.
2. Dengan diketahui bahwa variabel kepercayaan konsumen pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator kepercayaan konsumen mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Kemudian bagi konsumen yang ingin melakukan pembelian di shopee harus melihat ulasan positif dan negatif dari konsumen terdahulu tentang produk yang ingin dibeli, karena adanya ulasan tersebut, mampu menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Dengan diketahui bahwa variabel keputusan pembelian pada Shopee di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator keputusan pembelian mendapatkan respon yang baik maka hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan dalam

memasarkan merek terkenal atau memiliki reputasi terbaik yang dijual di shopee.

4. Fenomena yang terlihat dari karakteristik responden adalah bahwa pembelian di Shopee di Kota Kupang didominasi oleh perempuan, terutama dari kelompok usia 21–25 tahun yang lebih menyukai dan berbelanja di marketplace Shopee. Mayoritas responden berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa, yang cenderung tertarik pada produk dengan harga terjangkau dan promosi menarik. Selain itu, pola belanja masyarakat menunjukkan frekuensi pembelian, yaitu 1–2 kali dalam sebulan, yang mencerminkan kebiasaan belanja yang terencana. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee berhasil menarik perhatian segmen perempuan muda dengan status pelajar/mahasiswa sebagai pengguna utama.