

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengiklanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online Marketplace Shopee pada masyarakat kota Kupang.
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online Marketplace Shopee pada masyarakat kota Kupang.
3. Kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online Marketplace Shopee pada masyarakat kota Kupang.

5.2. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel pengiklanan berpengaruh positif terhadap keputusan di online marketplace shopee pada masyarakat kota kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (N. I. Purnama et al., 2021) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Rasyadi, 2017) bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh iklan yang diberikan. Iklan merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa iklan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh

suatu perusahaan untuk menarik perhatian para konsumen. Selain itu iklan juga dilakukan untuk membujuk pembeli potensial agar melakukan transaksi dengan penjual agar mencapai tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online marketplace shopee pada masyarakat Kota Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alistriwahyuni, 2019) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Davis, 2019) bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kemudahan Penggunaan. Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa dalam menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu akan terbebas dari kesulitan dan suatu usaha yang besar. Kemudahan penggunaan termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Jika suatu individu merasa yakin suatu sistem tersebut mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya, begitu juga sebaliknya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, variabel kemudahan penggunaan bertujuan untuk memudahkan penggunaannya.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di online marketplace shopee pada masyarakat Kota Kupang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lestari & Iriani, 2018) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Hendra & Amin, 2019) mendefinisikan Kepercayaan termasuk hal yang sangat penting dalam melakukan sebuah transaksi, baik itu transaksi secara online maupun secara langsung. Kepercayaan konsumen merupakan kepercayaan yang diyakini oleh seorang konsumen bahwa orang lain memiliki kejujuran dan dapat dipercaya dan orang yang dipercayainya akan menjalankan segala kewajibannya terkait dalam transaksi yang disepakati sesuai dengan harapan konsumen.

5.3 Impikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah:

1. Di ketahui bahwa variabel pengiklanan ada pada Shopee di kategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator mendapatkan kategori yang tinggi maka hal ini perlu dipertahankan.
2. Di ketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan ada pada Shopee di kategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator mendapatkan kategori tinggi maka hal ini perlu dipertahankan.
3. Di ketahui variabel kepercayaan konsumen ada pada Shopee di kategori tinggi dan terlihat bahwa semua indikator mendapatkan kateogir yang tinggi maka hal ini perlu dipertahankan.