

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada proses analisis pengaruh *Theory Reasoned Action* terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee dapat diambil kesimpulan antara lain:

1. Dalam penelitian ini banyaknya responden yang memiliki yang melakukan keputusan pembelian dengan aplikasi Shopee berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh perempuan dengan persentase sebesar 55%, dan responden berdasarkan usia sebanyak 60% dengan rentang usia 17-20 tahun yang kebanyakan adalah mahasiswa dengan persentasi sebesar 34%.
2. Dalam penilitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 1 dengan uji t terhadap keputusan pembelian (Y) diterima yang berarti terdapat pengaruh *Content* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Dalam penilitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 3 dengan uji t terhadap keputusan pembelian (Y) diterima yang berarti terdapat pengaruh *Format* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
4. Dalam penilitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 4 dengan uji t terhadap keputusan pembelian (Y) diterima yang berarti terdapat pengaruh *Ease Of Use* (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

5. Dalam penelitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 5 dengan uji t terhadap keputusan pembelian (Y) diterima yang berarti terdapat pengaruh *Timeliness* (X5) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
6. Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa terdapat 1 variabel ditolak yaitu variabel *Accuracy*(X2) terhadap keputusan pembelian pada uji t. Maka dari itu variabel ini perlu perbaikan.
7. Dalam penelitian ini ternyata penulis menemukan bahwa Hipotesis 6 dengan uji F terhadap keputusan pembelian (Y) diterima yang berarti terdapat pengaruh nilai variabel X (*Content, Accuracy, Format, Ease Of Use, Dan Timeliness*) terhadap keputusan pembelian (Y). sehingga diperoleh bahwa H6 diterima yang berarti terdapat pengaruh *Theory Resoned Action* terhadap Keputusan Pembelian. Dapat disimpulkan bahwa model diterima dan semua variabel independent secara simultan (bersama-sama) memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

6.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Lebih meningkatkan dalam penyempurnaan tampilan untuk aplikasi Shopee, fitur yang ditawarkan dan informasi yang *up to date* terkait promosi dan kategori rekomendasi agar pembeli lebih tertarik berbelanja di aplikasi Shopee.

2. Sebaiknya pihak pengelola Shopee dapat lebih meningkatkan kualitas layanan, karena akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna.
3. Kepada peneliti berikutnya yang ingin mengambil objek ini, penulis sarankan agar memperbanyak pengujian dan juga diharapkan dapat menggunakan sampel yang berbeda atau dapat menambah sampel.