

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan hasil uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social*) versi 25, dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh persepsi konsumen mengenai Kemudahan, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Kecamatan Ciemas Sukabumi maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil *output* Uji Parsial (Uji t), nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel. t hitung variabel kemudahan sebesar 4,065 dan nilai t tabel sebesar 1,660 yang artinya  $4,065 > 1,660$  dengan demikian kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t hitung variabel keragaman produk sebesar  $3,633 > 1,660$  maka keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai t hitung variabel harga sebesar  $2,276 > 1,660$  maka harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil Uji Anova (Uji F) dengan nilai nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel yaitu  $114,426 > 2,70$  ( $\alpha = 0,05$ ,  $df1 = 3$ ,  $df2 = 96$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan, keragaman produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda diperoleh persamaan  $Y = 0,476 + 0,393X_1 + 0,356X_2 + 0,232X_3$ . Maka dapat dijelaskan bahwa apabila setiap variabel bebas mengalami kenaikan maka variabel terikat akan meningkat.
4. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dengan plot dengan titik-titik menyebar mengikuti arah diagonalnya dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,143 dengan probabilitas 0,05 ( $0,143 > 0,05$ ) maka data penelitian berdistribusi normal. Uji multikolinearitas nilai *tolerance* ( $X_1$ ) sebesar  $0,293 > 0,10$  dan nilai VIF  $3,416 < 10$ . Nilai *tolerance* ( $X_2$ ) sebesar  $0,205 > 0,10$  dan nilai

VIF  $4,872 < 10$ . Nilai *tolerance* ( $X_3$ ) sebesar  $0,292 > 0,10$  dan nilai VIF  $3,428 < 10$ . Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Dan uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* dengan hasil sesuai ketentuan bahwa titik-titik *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh R Square sebesar 0,781 atau 78,1%. Demikian menyatakan bahwa dari variabel (X) yaitu kemudahan, keragaman produk, dan harga dapat menjelaskan dari variabel keputusan pembelian (Y). Sedangkan untuk sisanya sebesar 21,9% ( $100-78,1$ ) dijelaskan oleh variabel lainnya seperti kualitas produk, keamanan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan.

## 5.2 Saran

Dari kesimpulan diatas dapat disarankan pada perusahaan *online shop* diantaranya sebagai berikut :

1. Berdasarkan variabel kemudahan disarankan instruksi transaksinya lebih diperjelas supaya lebih mudah untuk dipahami oleh konsumen terlebih dalam instruksi cara pemesanannya.
2. Berdasarkan variabel keragaman produk disarankan untuk para penjual dengan pengguna jasa internet dimana konsumen tidak dapat menjangkau produk secara langsung maka perlu memperhatikan variasi dari merek harus sesuai dengan harga yang ditawarkan. Dimana konsumen mempunyai daya tanggap/persepsi yang berbeda-beda dari sebagian konsumen akan mudah tergiur dengan keadaan tersebut.
3. Berdasarkan variabel harga disarankan pihak *e-commerce* memberikan harga yang sesuai dengan produk yang didapatkan konsumen pada saat melakukan keputusan pembelian.
4. Dari hasil pengujian bahwa pengaruh variabel X terhadap Variabel Y porsinya sebesar 78,1%, Sudah terbilang cukup bagus tapi apabila ada kesempatan peneliti mengharapakan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti dari faktor-

faktor lainnya dalam mempengaruhi variabel keputusan pembelian. Seperti faktor kualitas produk, kepercayaan, keamanan, dan kualitas pelayanan.