

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga, promosi, keragaman produk dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* pada mahasiswa UNSAM, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* pada mahasiswa Unsam. Sedangkan variabel promosi, keragaman produk dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* pada mahasiswa UNSAM.
2. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, promosi, keragaman produk dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *e-commerce* pada mahasiswa UNSAM.
3. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh sebesar 60,4%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 39,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini misalnya seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan berkaitan dengan variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel harga, sebaiknya pihak toko bisa mempertimbangkan lagi untuk biaya pengiriman (ongkir) agar tidak terlalu mahal misalnya dengan memberikan *voucher* potongan harga yang dapat di klaim oleh pembeli atau dengan memberikan *voucher* gratis ongkir dari pihak *e-commerce* itu sendiri.
2. Pada variabel promosi, sebaiknya pihak toko harus sering-sering mengadakan *live* atau *flash sale* untuk menarik minat pembeli. Selain itu, pihak toko juga bisa memberikan *voucher* potongan harga dengan ketentuan minimal belanja mulai Rp0 agar dapat di klaim oleh pembeli yang berbelanja dalam jumlah sedikit.
3. Pada variabel keragaman produk, sebaiknya pihak toko harus menawarkan produk dengan model terbaru dan kekinian, serta mengikuti perkembangan tren agar tahu produk apa yang tengah banyak dicari oleh pembeli.
4. Pada variabel kemudahan transaksi, sebaiknya pihak *e-commerce* harus memperbaiki sistem aplikasi agar tidak terlalu lelet pada saat digunakan supaya konsumen menjadi lebih nyaman pada saat melakukan transaksi.
5. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya perlu melakukan pengkajian untuk memperdalam ruang lingkup penelitian dengan menambah variabel atau mengganti variabel lain misalnya seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan.