

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, maka dapat menghasilkan dua persamaan struktural yang dapat diterima sehingga dapat menjelaskan pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Dua persamaan struktural yang dihasilkan, yaitu:

Persamaan Struktural 1:

Minat Menggunakan = 0,583 Kepercayaan + (-0,204) Kemudahan + 0,650

Persamaan Struktural 2:

Keputusan Pembelian = 0,901 Minat Menggunakan + 0,261

Adapun pengujian secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogennya menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
2. Kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.
3. Kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Minat menggunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
6. Minat menggunakan memediasi antara kepercayaan dengan keputusan pembelian dengan hubungan yang positif.
7. Minat Menggunakan memediasi antara kemudahan dengan keputusan pembelian dengan hubungan yang negatif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Shopee

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, terdapat beberapa upaya yang sebaiknya dilakukan oleh pihak Shopee sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini kepercayaan yang terdiri dari dimensi *benevolence* (kesungguhan/ketulusan), *ability* (kemampuan), *integrity* (integritas), dan *willingness to depend*, masih perlu ditingkatkan lagi seperti kemampuan Shopee dalam fitur Shopee *Paylater* agar lebih mampu melayani, menjaga identitas konsumen, hingga menjamin keamanan dalam bertransaksi menggunakan Shopee *Paylater*.
- b. Dalam penelitian ini kemudahan yang terdiri dari dimensi kemudahan navigasi, kemudahan dipahami, kemudahan pembayaran, dan pilihan transaksi yang fleksibel, masih perlu ditingkatkan lagi seperti

kemudahan dalam pendaftaran, tata cara penggunaannya, serta informasi mengenai limit pada Shopee *Paylater*.

- c. Dalam penelitian ini minat menggunakan yang terdiri dari dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif yang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Diharapkan Shopee dapat meningkatkan pilihan tokonya sehingga dapat meningkatkan minat menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menggunakan. Besarnya faktor kepercayaan dan kemudahan mempengaruhi minat menggunakan adalah 35% dan 65% sisanya merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan.

Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian pada variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Besarnya minat menggunakan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 73,9% dan 26,1% sisanya merupakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel endogen lainnya seperti keputusan pembelian ulang dan kepuasan pelanggan.