

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan untuk melihat pengaruh motivasi konsumen terhadap Keputusan pembelian sembako secara online melalui *e-commerce* iPangananDotCom dengan ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan atau korelasi antara variabel motivasi konsumen dan variabel Keputusan pelanggan yang dibuktikan dengan uji korelasi yang menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,789. Apabila diklasifikasikan ke dalam nilai Pearson's Correlation nilai koefisien sebesar 0,789 masuk ke dalam kategori korelasi kuat. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian dapat diterima karena terbukti adanya pengaruh variabel motivasi konsumen terhadap variabel Keputusan pembelian sembako secara *online* melalui *e-commerce* iPangananDotCom.
2. Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa variabel motivasi konsumen memengaruhi variabel Keputusan pembelian sebanyak 61,80% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Adapun variabel motivasi konsumen berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Apabila motivasi konsumen mengalami kenaikan satu satuan, maka akan terjadi kenaikan pula terhadap keputusan pembelian banyak 45,20%.

3. Produk dan Layanan menjadi indikator motivasi konsumen yang memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sembako.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

5.2.1. Saran Akademis

Terhadap penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran untuk lingkup akademis, antara lain :

1. Penelitian ini merupakan riset dengan objek penelitian yang masih sangat jarang dibahas. Karenanya penelitian tentang *e-commerce* iPangananDotCom dapat dikembangkan dengan berbagai variabel baru sehingga mampu memperkaya atau memperluas penelitian di bidang pemasaran untuk objek penelitian yang serupa.
2. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, di mana hasil yang diperoleh hanya berbasis data dan angka. Karenanya penelitian dengan objek *e-commerce* iPangananDotCom dapat dikembangkan sebagai penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi yang lebih detail dan mendalam dari sudut pandang konsumen.

5.2.2. Saran Praktis

Dalam keberlangsungan bisnis yang dilaksanakan oleh *e-commerce* iPangananDotCom telah hadir dan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dengan beragam keunggulannya. Namun meski demikian

dengan semakin ketatnya persaingan bisnis *online* yang ada, penulis bermaksud menyampaikan saran bagi manajemen iPangananDotCom sebagai berikut :

1. Manajemen iPangananDotCom dapat mempertimbangkan kebijakan pembayaran dengan menyediakan beragam metode pembayaran, salah satunya adalah pembayaran secara COD. Pembayaran COD dinilai mampu memberikan kemudahan bagi konsumen yang tidak familiar dengan metode pembayaran transfer.
2. Mengingat sembako merupakan kebutuhan pokok yang cenderung rentan rusak dan bersifat segera dibutuhkan akan lebih baik apabila manajemen iPangananDotCom menambahkan pilihan metode pengiriman instan sehingga produk dapat segera diterima konsumen dan digunakan.