

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan pembelian.

Maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t variabel persepsi risiko tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga hipotesis 1 di tolak. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar -0,095 dengan tingkat signifikan 0,924 dengan nilai signifikannya $> 0,05$.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel persepsi kemudahan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga hipotesis 2 diterima. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar 3,892 dengan tingkat signifikan 0,000 dengan nilai signifikannya $< 0,05$.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga hipotesis 3 diterima. Dari uji t diperoleh t hitungnya sebesar 4,063 dengan tingkat signifikan 0,000 dengan nilai signifikannya $< 0,05$.
4. Berdasarkan hasil uji F (pengujian bersama-sama) di peroleh F hitung adalah 28.563 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena nilai signifikansinya $< 0,05$ atau kurang dari 5%, maka persepsi risiko (X1), persepsi kemudahan (X2), dan persepsi manfaat (X3) secara simultan atau

bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) atau hipotesis keempat diterima.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi (R) adalah 0,687. Artinya uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif. Artinya semakin tinggi variabel independen (persepsi risiko (X1), kemudahan (X2), dan manfaat (X3)), maka variabel dependen (keputusan pembelian (Y)) akan semakin tinggi pula.
6. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *R square* sebesar 0,472. Hal ini menunjukkan bahwa 47,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel independen yaitu persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat. Sedangkan 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan perlu meningkatkan kemudahan dan manfaat dalam penggunaan sistem *e-commerce* agar sesuai dengan harapan serta keinginan konsumen.
 - b. Melakukan riset keputusan pembelian lebih lanjut, karena masih ada faktor-faktor lain yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Bagi Akademisi

- a. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain persepsi risiko, kemudahan dan manfaat. Karena dari penelitian ini diketahui 52,8% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti: gaya hidup, persepsi kepercayaan, kelas sosial dan lain-lain.
- b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh persepsi risiko, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan pembelian.