

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian dalam pengujian hipotesis yang dilakukan terhadap 99 responden dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kemudahan, *Brand Image*, dan *Celebrity Endorser* terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 Pengguna Aplikasi Shopee), maka dapat diambil kesimpulan yang dapat menjadi jawaban dari perumusan masalah yaitu:

1. Variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan tabulasi data pada tabel 4.7 sebanyak 60,60% responden menjawab setuju bahwa dengan adanya Kemudahan pada saat menggunakan atau berbelanja kebutuhan sangat memudahkan para responden untuk melakukan pembelian lewat aplikasi Shopee. Menurut hasil uji hipotesis (Uji T) menunjukkan bahwa nilai sig kemudahan keputusan pembelian sebesar  $0,009 > 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,654 > 1,958$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 yang menggunakan aplikasi Shopee.
2. Variabel *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan tabulasi data pada tabel 4.8 sebanyak 61,61% responden menjawab sangat setuju bahwa dengan adanya pengaruh *Brand Image* yang baik dan sudah dikenal banyak kalangan membuat para responden lebih merasa nyaman dan aman untuk berbelanja di aplikasi Shopee. Menurut hasil uji hipotesis (Uji T) menunjukkan nilai sig *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,001 > 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $3,929 > 1,958$ ). Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 yang menggunakan aplikasi Shopee.
3. Variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 pengguna aplikasi Shopee. Berdasarkan tabulasi data pada tabel 4.9 sebanyak 48,48% responden menjawab setuju

bahwa dengan adanya pengaruh *celebrity endorser* dengan bintang selebriti yang memiliki daya tarik ataupun kemampuan dalam mempromosikan dan mereview aplikasi Shopee dengan begitu dapat menarik perhatian para responden untuk lebih yakin ketika akan berbelanja di aplikasi Shopee. Hasil uji hipotesis (Uji T) menunjukkan nilai sig *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,004 > 0,05$ , dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,985 > 1,958$ ). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Kudus angkatan 2019-2020 yang menggunakan aplikasi Shopee.

## B. Saran

Berdasarkan observasi dan pembahasan yang sudah di jelaskan di atas dengan berbagai permasalahan dan solusi, tentunya penulis akan memberikan saran guna untuk pembaca, peneliti sendiri atau siapapun yang mau belajar. Di antaranya:

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian, kemudahan, *brand image*, dan *celebrity endorser* ketiganya berdampak dan berpengaruh pada keputusan pembelian di Shopee, baik sebagian maupun secara bersamaan, dengan begitu penting bagi perusahaan untuk meningkatkan fitur-fitur yang dapat memudahkan konsumen dalam pembelian atau bertransaksi, kualitas merek dan citra merek pun harus tetap dipertahankan sehingga Shopee akan lebih dikenal baik oleh masyarakat, begitu juga dengan adanya *celebrity endorser* yang memiliki daya tarik dan kemampuan yang baik juga berguna untuk menarik minat pelanggan. Dengan mempertahankan ketiga hal ini dapat membuat perhatian konsumen untuk memilih Shopee sebagai tempat belanja *online* dibanding *e-commerce* lainnya.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Setelah penelitian ini selesai, diharapkan bagi peneliti selanjutnya akan dapat memperluas populasi dan sampel yang digunakan, serta menambah variabel penelitian, sehingga dapat memberikan kontribusi penelitian yang lebih luas dan menemukan temuan-temuan baru yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.