

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemudahan, kepercayaan dan produk halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Survei tersebut melibatkan 90 pelanggan shopee yang merupakan Mahasiswa FEBI Angkatan 2019 IAIN Kudus. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan hasil analisis data dan pembahasan oleh karena itu dapat disimpulkan, antara lain:

1. Variabel kemudahan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi kemudahan yaitu $0,014 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,515 > 1,666$. Dengan demikian kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 pengguna *marketplace* shopee.
2. Variabel kepercayaan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi kemudahan yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,223 > 1,666$. Dengan demikian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 pengguna *marketplace* shopee.
3. Variabel produk halal (X3) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi produk halal yaitu $0,670 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $0,428 < 1,666$. Dengan demikian produk halal berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 pengguna *marketplace* shopee.
4. Variabel kemudahan, kepercayaan dan produk halal memiliki nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} yaitu $17,616$

$> 2,700$. Selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, variabel kemudahan, kepercayaan dan produk halal secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa FEBI IAIN Kudus Angkatan 2019 pengguna *marketplace* shopee.

B. Saran

Sebagai bentuk pengembangan informasi dan ilmu pengetahuan, berikut merupakan saran kepada pihak yang terkait. Hal tersebut dengan tujuan menambah wawasan ilmu pengetahuan, sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi shopee bahwa penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau pertimbangan untuk meningkatkan keputusan pembelian, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Diharapkan shopee berusaha untuk meningkatkan kemudahan penggunaan *marketplace* shopee, sehingga kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan, sumber referensi dan tambahan informasi untuk penelitian sejenis. Serta peneliti selanjutnya juga disarankan menambah atau menggunakan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan *marketplace* shopee sebagai alat belanja *online* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen.