

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai “Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman *Online SPayLater* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel kepercayaan konsumen terdapat nilai t hitung sebesar sebesar 5,235 lebih besar dari nilai t tabel 1,660. Selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini artinya H_01 ditolak dan H_{a1} diterima. Sehingga variabel kepercayaan konsumen secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel kemudahan terdapat nilai uji t dimana variabel kemudahan 0,828 lebih kecil dari t tabel yaitu 1.660. selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,410 lebih besar dari 0,05. Ini artinya H_02 diterima dan H_{a2} ditolak. Sehingga variabel kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan pada nilai output SPSS yaitu variabel pendapatan terdapat nilai nilai t hitung sebesar 3,249 lebih besar dari t tabel yaitu 1.660. selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil 0,05. Ini artinya H_03 ditolak dan H_{a3} diterima. Sehingga variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Kepercayaan konsumen, kemudahan dan pendapatan memiliki nilai nilai F hitung sebesar 26,790 lebih besar dari nilai F tabel 3,09. Selain itu juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga diambil kesimpulan bahwa semua variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

B. Saran-saran

Sebagai bentuk pengembangan ilmu pengetahuan, berikut merupakan saran kepada para pihak yang terkait dengan tujuan menambah wawasan ilmu pengetahuan, sebagai berikut:

1. Bagi pihak Shopee diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan ataupun bahan pertimbangan untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian, karena dengan meningkatkan keputusan maka tujuan perusahaan akan dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. Oleh sebab itu, perusahaan Shopee khususnya keputusan pembelian di IAIN Kudus disarankan untuk lebih komunikatif dan selalu berinteraksi kepada konsumen Shopee. Perusahaan Shopee diharapkan dapat meningkatkan kemudahan dalam pengaplikasian menggunakan *SPayLater* sehingga kepercayaan konsumen dapat meningkat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dengan adanya penelitian ini mampu dijadikan sebagai sumber referensi dan tambahan informasi untuk penelitian yang sejenis. Serta disarankan bagi peneliti selanjutnya menambah variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh terhadap penggunaan *SPayLater* yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.