

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kualitas aplikasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian barang. Dari sampel yang berjumlah 55 responden yang tersebar di Prodi Pendidikan Ekonomi jawaban dari responden dalam menjawab angket rata-rata dalam kualitas aplikasi berpengaruh positif terhadap pembelian barang. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan peneliti, ditemukan bahwa kualitas aplikasi berpengaruh terhadap pembelian barang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan signifikansi 5% = 0,05 dari perhitungan diatas diperoleh $t_{hitung} = 1074,43$ dan $t_{tabel} = 200,6647$ dengan demikian $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh kualitas aplikasi dengan pembelian barang juga akan meningkat. Selanjutnya analisis data yang telah dilakukan peneliti, ditemukan bahwa promosi berpengaruh terhadap pembelian barang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan signifikansi 5% = 0,05 dari perhitungan diatas diperoleh $t_{hitung} = 390,49$ dan $t_{tabel} = 200,665$ dengan demikian $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh promosi dengan pembelian barang juga akan meningkat. Sehingga adanya pengaruh antara promosi dengan pembelian barang.

Pengaruh kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian secara bersama-sama berpengaruh positif. Hal ini bisa dilihat dari Uji F yang dilakukan bahwa nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% yaitu $F_{hitung} = 7.665943$ sedangkan $F_{tabel} = 3.18$ dengan kata lain H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas aplikasi dan promosi berpengaruh positif terhadap pembelian. Dari nilai Uji F tersebut kedua variabel X secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil analisis yang telah diperoleh dan dipaparkan didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas aplikasi berpengaruh terhadap pembelian barang pada aplikasi Shoppe.
2. Promosi berpengaruh terhadap pembelian barang pada aplikasi Shopee.
3. Kualitas aplikasi dan promosi berpengaruh terhadap pembelian barang pada aplikasi Shopee.

4. Terdapat persamaan persepsi dari konsumen pada kualitas aplikasi dan promosi terhadap pembelian barang.

B. Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan perusahaan Shopee dan penelitian selanjutnya. Berikut ini saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi Perusahaan Shopee

Diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas aplikasi dari Shopee sehingga konsumen merasa yakin dengan aplikasi Shopee dan pemberian promosi terbaru untuk konsumen sehingga konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian.

2. Bagi mahasiswa

Mahasiswa harus menyadari bahwa terdapat faktor lain selain kualitas aplikasi dan promosi dalam berbelanja di *market place*. Faktor-faktor lain selain kualitas aplikasi dan promosi harus menjadi pertimbangan dalam menentukan pembelian barang di *market place*.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian terhadap perusahaan lain yang sejenis agar data mengetahui perbandingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya dan dapat melakukan penelitian terhadap variabel lainnya sehingga dapat memperkaya referensi suatu penelitian.