

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan berikut diambil dari temuan analisis data yang dilakukan sehubungan dengan dampak keamanan, kenyamanan transaksi, dan kualitas informasi pada pilihan pembelian yang dilakukan secara online di Shopee:

1. Uji statistik nilai koefisien regresi  $X_1$ ,  $b_1 = 0,124$  menunjukkan bahwasannya variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan mengenai variabel keputusan pembelian, menunjukkan bahwasannya variabel keamanan berpengaruh positif mengenai keputusan pembelian. Keamanan ialah faktor krusial dalam pilihan konsumen jika  $X_1$  memiliki sig (0,028 0,01).
2. Hasil uji statistik menunjukkan bahwasannya variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif mengenai variabel keputusan pembelian, dan variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan mengenai variabel keputusan pembelian. Nilai koefisien regresi  $X_2$  ialah  $b_2 = 0,615$ . Variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh cukup besar mengenai pilihan konsumen ( $X_2$ : sig (0,000 0,01)).
3. Hasil uji statistik menunjukkan bahwasannya variabel kualitas informasi berpengaruh positif mengenai keputusan pembelian, dengan koefisien regresi  $X_3 = b_3 = 0,229$ . Hal ini menunjukkan bahwasannya kualitas informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan mengenai variabel keputusan pembelian.  $X_3$  bernilai sig (0,000 0,01), menunjukkan bahwasannya variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan mengenai keputusan pembelian konsumen.
4. Nilai sig 0,1 dari uji F menunjukkan adanya dampak  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  mengenai  $Y$ , yang menunjukkan bahwasannya keamanan, kemudahan transaksi, dan kualitas informasi semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

## A. Saran

Perusahaan dari semua ukuran akan melakukannya dengan baik untuk memeriksa faktor keamanan, kemudahan transaksi, dan kualitas informasi dalam konteks produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan mereka, karena kenaikan di bidang ini cenderung berdampak signifikan pada pengeluaran konsumen. Meskipun studi ini mengacu pada banyak literatur untuk variabel-variabelnya, studi ini juga memasukkan ide-ide yang menyarankan kekhawatiran tetap ada di bidang-bidang layaknya keamanan, kenyamanan transaksi, dan kualitas informasi—khususnya dalam konteks transaksi online. Hanya tiga variabel independen yang disertakan di sini karena keterbatasan penulis; lebih banyak elemen dapat ditambahkan dan dinilai untuk menentukan dampak simultan mereka dalam studi masa depan. Wawasan yang diperoleh dari analisis studi ini memungkinkan rekomendasi spesifik berikut:

1. Ketika datang untuk melakukan pembelian online, salah satu hal terpenting ialah memastikan informasi pelanggan aman, terutama selama transaksi.
2. Diperkirakan di masa depan, lebih banyak yang akan dilakukan untuk membuat hidup konsumen lebih mudah, terutama di ketentuan proses transaksi, dan untuk memberi mereka manfaat yang tidak dapat ditemukan di situs web e-niaga tradisional.
3. Memastikan bahwasannya konsumen memiliki akses ke informasi terbaru dengan memperbarui deskripsi produk dan konten lain yang terkait dengan pembelian online secara berkala.

Penulis mengakui bahwasannya masih banyak ruang untuk perbaikan dalam penelitian, dan dia mengungkapkan keinginan untuk penelitian lebih lanjut untuk membantu menyempurnakan temuan.