

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan secara empiris pengaruh variabel gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko online dengan kepercayaan sebagai variabel moderating dengan jumlah responden sebanyak 100 orang mahasiswa Bung Hatta Padang. Setelah dilakukan pengujian hipotesis dan melalui beberapa tahapan analisis diperoleh kesimpulan yang dapat dirangkum sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online.
5. Kepercayaan tidak memoderasi gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada toko online.
6. Kepercayaan memoderasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada toko online.
7. Kepercayaan memoderasi harga terhadap keputusan pembelian pada toko online.

5.2 Implikasi Praktis

Dalam rangka meningkatkan keputusan berbelanja konsumen khususnya mahasiswa Bung Hatta Padang secara online, maka pihak pengelola toko online seperti Lazada, Shopee, Buka Lapak, Bli-bli.com dan situs toko online lainnya harus memperhatikan gaya hidup, kualitas produk dan harga. Hal ini disebabkan karena variabel keputusan pembelian online dalam penelitian ini masih dalam kategori cukup baik. Dapat dilihat nilai TCR variabel keputusan pembelian online sebesar 72,4% dimana termasuk kedalam kategori cukup baik. Cara untuk meningkatkan keputusan pembelian online dimasa yang akan datang adalah dengan meningkatkan promosi dan gratis ongkos kirim agar keputusan pembelian online dapat masuk kedalam kategori baik bahkan sangat baik.

Gaya hidup mahasiswa Bung Hatta Padang dalam keputusan pembelian online masuk kedalam kategori baik dengan nilai TCR sebesar 85.2%. Mahasiswa Bung Hatta dengan berbagai macam kesibukannya dalam proses penyelesaian study akademik menjadikan alasan mereka untuk berbelanja online dikarenakan berbelanja online memberikan kemudahan dan waktu yang efisien. Salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian online dikalangan mahasiswa jika dilihat dari variabel gaya hidup adalah dengan meningkatkan aktifitas, minat dan opini mahasiswa Bung Hatta dalam keputusan pembelian secara online.

Apabila toko online mampu meningkatkan promosi yang dapat menarik calon pembeli khususnya mahasiswa Bung Hatta Padang menjadi sangat baik dimasa yang akan datang, para toko online harus dapat menyediakan produk *fashion* selalu disesuaikan dengan tren terbaru.

Kualitas produk pada toko online masih dalam kategori baik dengan nilai TCR sebesar 83,2 %. Perusahaan online harus dapat meningkatkan produk *fashion* yang akan dibeli sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen agar kualitas produk pada keputusan pembelian online masuk kedalam sangat baik.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Hasil penelitian ini perlu penyempurnaan untuk pengembangan dan penelitian yang akan datang, dikarenakan dalam penelitian ini masih terdapat kelemahan dan keterbatasan yang mungkin akan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Untuk itu peneliti mengharapkan agar keterbatasan dan kekurangan ini menjadi perhatian dan diperbaiki oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Berikut beberapa keterbatasan dan kelemahan yang tidak dapat peneliti hindari:

1. Dari sisi jumlah sampel peneliti masih rendah yaitu sebesar 100 orang mahasiswa Bung Hatta Padang. Rendahnya jumlah sampel ini belum dapat mengeneralisasi secara maksimal hasil penelitian ini. Oleh karena itu kepada peneliti yang akan datang diharapkan dapat memperluas jumlah populasi dan sampel penelitian, dengan cara menetapkan objek penelitian yang bukan hanya terfokus pada mahasiswa Strata 1 saja namun bisa disarankan kepada mahasiswa diuniversitas negeri, ibu rumah tangga dan juga para sosialita.
2. Penelitian ini masih menggunakan media kuesioner dalam pengumpulan data responden, dimana cara ini mempunyai kelemahan yang menimbulkan pembiasan perceptual yaitu perbedaan responden yang satu dengan yang lainnya dalam memandang dan menilai satu variabel. Sehingga peneliti

dalam hal ini tidak dapat mengendalikan jawaban dari masing-masing responden. Untuk itu bagi peneliti yang akan datang diharapkan dapat menggunakan dan mencari metode lain dalam pengumpulan data.

3. Hasil penelitian ini juga mengidentifikasi adanya faktor lain yang juga dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian selain dari variabel penelitian yang digunakan yakni gaya hidup, kualitas produk dan harga. Oleh karena itu, ini menjadi tugas bagi peneliti yang akan datang untuk menambahkan dan menemukan beberapa faktor-faktor atau variabel yang diyakini dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian, salah satunya adalah variabel citra merek sebuah produk yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian online mahasiswa Bung Hatta Padang.