

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan serta analisis data yang dibahas pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Layanan Shopee *Paylater* Terhadap Minat Beli Mahasiswa dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora
2. Berdasarkan hasil statistik uji persial Reability memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, yang artinya reability atau kehandalan layanan Shopee Paylater terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora sangat membantu.
3. Berdasarkan hasil statistik uji persial Responsiveness memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat beli sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora merasa kurang akan layanan Shopee Paylater
4. Berdasarkan hasil statistik uji persial Assurance memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora merasa percaya akan layanan dan produk yang ditawarkan oleh Shopee Paylater

5. Berdasarkan hasil statistik uji persial Empathy memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat beli, karena rasa empathy mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora kurang karena lebih memilih pembayaran via COD
6. Berdasarkan hasil statistik uji persial Tangible memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Hukum Dan Humaniora Universitas Ngudi Waluyo karena kurangnya layanan secara langsung.

5.2 Saran

Terdapat beberapa hal yang dapat disarankan oleh peneliti berdasarkan simpulan yang telah dibuat peneliti sebagai berikut:

1. Untuk penelitian yang selanjutnya, peneliti menyarankan untuk pengambilan data apabila akan diolah data harus sesuai sehingga dapat menghasilkan hasil yang maksimal. Dan begitupun untuk variabel yang pasti dengan tempat penelitian.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel Responsiveness, Empathy, dan Tangible memiliki hasil yang negatif yang artinya mahasiswa kurang akan layanan Shopee Paylater. Maka hal tersebut tertuju kepada marketplace Shopee untuk meningkatkan kualitas layanan fitur Shopee Paylater dan produk guna untuk menarik minat beli Mahasiswa ataupun konsumen lain. Dan untuk variable Reability dan Assurance memiliki pengaruh minat beli yang tinggi maka perlu

meningkatkan lagi akan layanan Shopee paylater dalam kehandalan dalam pelayanan dan jaminan produk yang lebih memuaskan.

3. Kepada Peneliti, sebaiknya kedepan apabila ingin melakukan penelitian harus fokus terhadap pengumpulan data responden sehingga dapat mendapatkan data yang akurat. Dan dapat lebih memahami mencari tau hal yang bertentangan dengan objek bahan penelitian seperti Shopee Paylater yang jadi bahan penelitian sekarang ini.