

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode Pembayaran SeaBank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa di aplikasi Shopee. Hasil uji t menunjukkan t hitung = 2,571 > t tabel = 1,661 dengan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$. Artinya, semakin mudah, cepat, dan terintegrasi metode pembayaran, maka semakin tinggi keputusan pembelian mahasiswa.
2. Potongan Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan t hitung = 4,194 > t tabel = 1,661 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya semakin beragam potongan harga, maka semakin dapat mendorong keputusan pembelian.
3. Kepercayaan terhadap platform Shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan t hitung = 4,585 > t tabel = 1,661 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya kepercayaan juga akan mendorong keputusan pembelian.
4. Secara simultan, metode pembayaran SeaBank, potongan harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan F hitung = 63,741 > $F_{\text{tabel}} = 3,94$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa mahasiswa mempertimbangkan

ketiga faktor tersebut secara bersamaan dalam mengambil keputusan pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Shopee

Disarankan untuk terus memperkuat integrasi sistem dengan SeaBank serta mengembangkan program promosi yang menarik, seperti cashback dan gratis ongkir, guna meningkatkan minat pengguna, khususnya kalangan mahasiswa.

2. Bagi SeaBank

Perlu dipertahankan keunggulan layanan digital yang telah ada, serta ditingkatkan melalui program loyalitas dan promosi yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Penyempurnaan tampilan dan kenyamanan aplikasi juga dapat menjadi perhatian agar pengalaman pengguna semakin optimal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian lanjutan diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, citra merek, atau ulasan pelanggan, serta memperluas jangkauan responden di luar lingkungan mahasiswa untuk memperoleh hasil yang lebih general.

4. Bagi Mahasiswa dan Konsumen Umum

Diharapkan lebih bijak dalam melakukan pembelian daring, tidak hanya mempertimbangkan potongan harga atau kemudahan pembayaran, tetapi juga memperhatikan kualitas produk dan kesesuaian dengan kebutuhan.