

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace Shopee* di wilayah Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari perhitungan uji-t yang mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung nya $3,298 > t\text{-tabel nya } 1,654$. COD menawarkan tata cara pembayaran yang lebih aman dan nyaman serta sistem COD memberikan kemudahan-kemudahan kepada konsumen. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2022) menyatakan bahwa *cash on delivery* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promo gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace Shopee* di wilayah Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t dari variabel promo gratis ongkir mempunyai nilai t-hitung nya $3,928 > t\text{-tabel nya } 1,654$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Promo gratis ongkos kirim dapat meringankan konsumen yang merasa keberatan dengan total harga yang dibebankan saat membeli sebuah produk melalui potongan

biaya pengiriman (Istiqomah 2020). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Razali (2022) dan Vernandi (2023) menunjukkan bahwa promo gratis ongkos kirim berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* Shopee.

3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* Shopee di wilayah Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t mempunyai nilai t-hitung nya $5,714 > t\text{-tabel nya } 1,654$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Semakin banyak *rating* yang diberikan oleh konsumen yang membeli produk tersebut, maka semakin besar kemungkinan mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novitasari & Maulana (2022) menemukan *rating* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace*.
4. Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (uji f) menunjukkan bahwa variabel sehingga *cash on delivery*, promo gratis ongkir dan *rating* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* Shopee di wilayah Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Hal ini dikarenakan nilai F-hitung yaitu $42,792 >$ dari nilai F-tabel 2,66. Serta hasil nilai signifikannya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Serta berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2). Jika nilai R^2 adalah 0.441 jadi variabel bebas secara bersama-sama juga mempengaruhi variabel terikat.

5.2 Saran

1. Berdasarkan pada variabel *cash on delivery* terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh Shopee yaitu “Transaksi dengan menggunakan COD lebih menjaga privasi pembayaran” Hal ini perlu di perhatikan oleh pihak Shopee. Diharapkan Shopee dapat mempertahankan kepercayaan konsumen pada *marketplace* Shopee dengan meningkatkan keamanan baik dalam penjualan, pengiriman hingga data pribadi konsumen yang menggunakan sistem pembayaran *cash on delivery* serta mengharuskan semua penjual untuk mengaktifkan sistem pembayaran *cash on delivery* agar dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi yang berdampak pada keputusan pembelian.
2. Berdasarkan pada variabel promo gratis ongkos kirim terdapat pernyataan yang harus lebih diperhatikan oleh Shopee yaitu “Gratis Ongkir menarik perhatian saya untuk melihat produk yang dijual di Shopee” karena mempunyai ilia TCR yang paling rendah. Diharapkan Shopee dapat lebih menarik perhatian konsumen dengan mempertahankan promo gratis ongkir serta mengubah atau mengurangi syarat ketentuan mendapatkan voucher gratis ongkir. Selain itu, Shopee juga harus meningkatkan promosi gratis ongkir untuk membuat konsumen memiliki keinginan yang kuat dalam memperoleh produk yang ditawarkan dengan adanya voucher gratis ongkir yang dapat digunakan sewaktu-waktu diluar *event* tertentu.
3. Berdasarkan pada variabel *rating* diharapkan Shopee dapat meningkatkan kualitas penjual dimulai dari pelayanan yang diberikan, berbagai macam promo, kecepatan pengiriman, dan sebagainya sehingga toko juga dapat

memperoleh rating yang baik dari para konsumen.

4. Bagi konsumen *marketplace Shopee* di wilayah Kecamatan Padang Timur Kota Padang, selain mempertimbangkan masalah *cash on delivery*, promo gratis ongkir dan *rating* dalam keputusan pembelian, diharapkan konsumen juga dapat mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas produk, kualitas layanan, review dan lainnya.
5. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, sosial budaya, review atau mengembangkan dengan skala yang lebih besar dan faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga penelitian yang akan mendatang menghasilkan penelitian yang lebih lengkap.