



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.A Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun kesimpulan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri, variabel Cash On Delivery (X1) sebesar 0,454 menunjukkan tanda positif pada sig 0,001 lebih kecil dari 0,05, yang berarti 0,001 kurang dari 0,05.
2. Evaluasi Pelanggan Online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membeli e-commerce Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Variabel evaluasi pelanggan online (X2) sebesar 0,159 menunjukkan tanda positif pada sig 0,003 lebih kecil dari 0,05, atau $0,003 < 0,05$.
3. Ongkos Kirim Gratis secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di e-commerce Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Pada mahasiswa/i Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri, Review Pelanggan Online, Gratis Ongkos Kirim, dan Cash On Delivery secara bersamaan berdampak positif dan signifikan terhadap minat beli di e-commerce Fakultas Shopee. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) 0,765, dapat disimpulkan bahwa penjelasan Cash On Delivery berdampak sekitar 32,7% terhadap minat beli, dan Review Pelanggan Online berdampak positif sebesar 76,5 %.



5.B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan terkait dengan keterbatasan dalam penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan ialah sebagai berikut :

1. Cash On Delivery dianggap sebagai metode pembayaran yang paling aman, jadi Shopee harus terus meningkatkan keamanan metode ini agar pelanggan tidak ragu lagi saat berbelanja online. Shopee diharapkan untuk menjaga privasi pelanggan. Salah satu keunggulan kompetitif Shopee adalah mempertahankan dan meningkatkan fitur Cash On Delivery. Cash On Delivery telah terbukti berdampak besar pada minat beli pelanggan, dan Shopee dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mempercepat proses pengiriman dan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan.
2. Review pelanggan di internet berdampak pada minat beli, jadi Shopee harus terus meningkatkan komentar pelanggan yang positif tentang produknya. Komentar negatif harus diatasi segera agar tidak mempengaruhi minat beli pelanggan lainnya. Review yang layak dipertahankan dan ditampilkan adalah review yang memberikan informasi yang jelas dan ringkas, sehingga Shopee dapat menyaring review yang tidak sesuai dengan produk yang dijual.
3. Minat beli dalam penelitian ini dipengaruhi oleh biaya pengiriman gratis. Konsumen akan tetap membeli barang meskipun tidak ada gratis ongkir, jadi Shopee harus meningkatkan jumlah gratis ongkir agar konsumen lebih tertarik untuk membeli barang yang mereka inginkan. Selain itu, Shopee diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan mempertahankan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

gratis ongkir dan mengubah atau mengurangi persyaratan untuk mendapatkan gratis ongkir.

4. Peneliti selanjutnya harus mengambil sampel yang lebih besar untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Mereka juga harus mempertimbangkan variabel lain yang dianggap mempengaruhi minat beli untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang minat beli.

