

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian tentang pengaruh keamanan, kemudahan transaksi dan pengalaman belanja terhadap keputusan pembelian mahasiswa manajemen Universitas Nasional Tahun 2022 adalah sebagai berikut:

1. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mahasiswa program studi manajemen angkatan 2019 kelas reguler dan karyawan Universitas Nasional Jakarta Selatan.
2. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap mahasiswa program studi manajemen angkatan 2019 kelas reguler dan karyawan Universitas Nasional Jakarta Selatan.
3. Pengalaman belanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap mahasiswa program studi manajemen angkatan 2019 kelas reguler dan karyawan Universitas Nasional Jakarta Selatan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan analisis, pembahasan, dan kesimpulan yang dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis akan memberikan saran yang dapat menjadi pertimbangan di masa yang akan datang:

1. Pada Indikator perhatian terhadap konsumen dalam keamanan (X1) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator pada variabel X1, maka dari itu penulis menyarankan Tokopedia dapat menaikkan perhatian terhadap konsumen agar kedepanya konsumen merasa dapat perhatian dari apa yang disediakan di variabel keamanan.
2. Pada Indikator kemudahan mengumpulkan informasi dalam kemudahan transaksi (X2) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator pada variabel (X2), maka dari itu penulis menyarankan Tokopedia dapat menaikkan kemudahan dalam pengumpulan informasi agar kedepanya konsumen merasa dapat mudah untuk mengumpulkan informasi dari apa yang disediakan di variabel kemudahan transaksi.

3. Pada Indikator berbagi pengalaman berbelanja di situs jual beli online dengan teman (X3) memiliki nilai yang rendah berdasarkan hasil dari rata rata setiap indikator pada variabel (X3), maka dari itu penulis menyarankan Tokopedia dapat menaikkan pengalaman berbelanja agar pengguna dapat memberikan pengalaman yang terbaik ke teman temanya kedepanya konsumen merasa puas dan mudah memberikan pengalamannya pada variabel pengalaman belanja.

