

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tiktok Shop di Jakarta Timur, berdasarkan *lifestyle* dan kepercayaan konsumen maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel *lifestyle* dan kepercayaan konsumen secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh signifikan dan mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 50,264 ($F_{hitung} > F_{tabel}$, $50,264 > 3,090$). Yang artinya variabel *lifestyle* dan kepercayaan konsumen memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian. Adapun rumus persamaan regresi $Y = 1,436 + 0,894X_1 + 0,939X_2$ dari persamaan tersebut bahwa *lifestyle* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik nilai regresi maka semakin baik penambahan tingkat keputusan pembelian.
2. Variabel *lifestyle* secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,726 ($t_{hitung} > t_{tabel}$, $5,726 > 1,985$). Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel kepercayaan konsumen secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,704 ($t_{hitung} > t_{tabel}$ 5,704 > 1,985). Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap kepercayaan, karena variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu dengan menyajikan informasi yang up to date agar tidak terjadi kesalahpahaman, meningkatkan keamanan, menciptakan kepercayaan, meningkatkan pelayanan baik pelayanan pada saat pra pembelian maupun pasca pembelian yang dapat mengakibatkan dugaan kecurangan, sehingga keputusan pembelian akan meningkat.
2. Mengingat *Lifestyle* dan kepercayaan dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan

mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

