

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat belanja *e-Commerce* di Indonesia, dan bertujuan untuk seberapa besar pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap *e-Commerce* selama pandemi *COVID-19* di Indonesia. Penelitian ini memiliki variable seperti sikap, standar subjektif, kesadaran perilaku, niat belanja, dan perilaku membeli. Pengukuran ini menggunakan statistik deskriptif, aplikasi yang digunakan adalah *SPSS 25.0*. Berdasarkan analisis hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat pengaruh signifikan terjadi pada sikap dan kesadaran perilaku, dari hasil yang didapatkan sikap dan kesadaran perilaku berpengaruh terhadap *consumer behavior* yang ada di Indonesia. Hasil yang didapatkan ini di nilai wajar. Maka dari itu hasil yang bersignifikan hanya menunjukan 2 variabel, yaitu sikap dan kesadaran perilaku. Untuk variable standar subjektif, niat belanja dan perilaku membeli tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap *consumer behavior* untuk berbelanja online menggunakan *marketplace* ditengah pandemi *COVID-19* ini.

5.2 Saran

Berikut adalah masukan yang diberikan sehingga penelitian selanjutnya bisa lebih baik kedepannya:

1. Penelitian selanjutnya dapat merubah atau menambahkan faktor-faktor lain sehingga penelitian yang baru diharapkan dapat menemukan sesuatu yang baru dan bermanfaat. Faktor lain itu terdiri dari *Health Aspect, Price Aspect, Product Aspect, Trust Aspect, Place Aspect, Time Saving Aspect. Payment Aspect*, atau lain sebagainya yang bersangkutan dengan penelitian ini.
2. Cakupan pada penelitian selanjutnya dapat diperluas atau mencari populasi yang berbeda atau populasi yang dapat mewakili masyarakat tertentu agar menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat.