

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dalam data peneliatian yang dilakukan dengan judul “ *pengaruh niat konsumen, kepercayaan konsumen dan motivasi belanja dalam keputusan pembelian online pada generasi millennial* “ Penelitian ini untuk menentukan variable yang dipergunakan kepada Keputusan Pembelian. Pada data ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Resiko yang dirasakan (X_1), Kepercayaan Konsumen (X_2), Motivasi Konsumen (X_3) data terkait yang di proses adalah Keputusan Pembelian (Y). dengan data pada penghitungan analisis linear dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengaruh yang ada dengan (bersama-sama) tiap banyaknya variable terhadap Keputusan Pembelian dengan pengolahan menggunakan F-test. Dari hasil data regresi linier berganda diperoleh variabel bebas memiliki adanya pengaruh yang sama dengan simultan dengan Keputusan Pembelian. Karna itu dapat disimpulkan bahwa pengolahan data hipotesis yang ada bahwa memiliki pengaruh secara bersama-sama. Karna itu keputusan pembelian bisa di terima.
2. Dengan hasil uji t bahwasannya variable Resiko yang dirasakan (X_1), yang memiliki adanya pengaruh ke samaan pada Keputusan Pembelian.
3. Dengan hasil uji t bisa mendapatkan bahwa variable Kepercayaan Konsumen (X_2), yang bisa memiliki adanya penyebab signifikan pada Keputusan Pembelian.
4. Dengan hasil uji t bisa mendapatkan data variabel Motivasi Konsumen (X_3) yang memiliki adanya pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.
5. pada hasil uji t memiliki pada data variabel Motivasi Konsumen memiliki nilai t memperhitungkan yang nilai paling besar. Membuat variable motivasi konsumen bisa memiliki pengaruh yang sangat tinggi diantara pada variable data yang lain karna itu variable motivasi konsumen bisa memiliki penyebab yang dominan pada keputusan pembelian.

5.2. Saran

5.2.1 saran untuk penelitian selanjutnya

Pada hasil data penelitian yang sudah mendapatkan, data ini mempunyai saran bagi peneliti yang selanjutnya, yaitu :

1. Penelitian ini sudah dilakukan pada konsumen yang selalu dan pernah menggunakan aplikasi online berguna untuk berbelanja secara online, sasaran yang di gunakan adalah generasi millennial yang diharapkan lebih bisa mendapatkan data yang lebih maksimal.
2. Peneliti juga ingin berharap bahwa kedepannya bisa mendapatkan data yang lebih luas lagi dan bisa mendapatkan ilmu dengan melakukan wawancara pada konsumen dengan secara dekat guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

