

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dalam penelitian dan pembahasan yang sudah di jabarkan sebelumnya, maka ada beberapa kesimpulan yang bisa peneliti uraikan, yakni:

1. *Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli *e-commerce customers* Shopee di Kota Batam.
2. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli *e-commerce customers* Shopee di Kota Batam.
3. Iklan memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli *e-commerce customers* Shopee di Kota Batam.
4. *Ease of Use*, kepercayaan dan iklan secara simultan memberikan pengaruh pada minat beli *e-commerce customers* Shopee di Kota Batam secara positif dan signifikan.

#### 5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan, yakni :

1. Pada hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel *ease of use* yang memiliki nilai terkecil (1627) dengan pernyataan “Saya merasa mudah untuk menghubungi penjual melalui fitur chat untuk mengumpulkan informasi sebuah produk yang ingin saya beli pada *website* Shopee” oleh karena itu, disarankan agar pihak Shopee dapat membuat atau mendesain

kembali cara yang lebih efisien untuk menghubungi penjual agar mempermudah dan meningkatkan minat beli dengan menggunakan *website* Shopee

2. Hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel kepercayaan yang memiliki nilai terkecil (1684) “Saya percaya bahwa *website* Shopee memiliki reputasi yang baik” oleh karena itu, pihak Shopee disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas suatu *website* sehingga dapat meningkatkan reputasi sehingga dapat meningkatkan minat beli seorang *customer*.
3. Hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel iklan yang memiliki nilai terkecil (1720) “Saya sering mendapatkan notifikasi dari Shopee baik melalui email atau pop up notifikasi *website*” oleh karena itu, disarankan Shopee untuk lebih cermat dalam membuat dan mengelola iklan yang lebih menarik agar dapat meningkatkan minat beli seorang *customer*.
4. Hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel minat beli yang memiliki nilai terkecil (1642) “Saya melihat ulasan produk pada Shopee sebagai sebuah pertimbangan sebelum membeli produk yang saya inginkan” oleh karena itu, disarankan Shopee untuk meningkatkan daya tarik minat beli *customer* agar dapat menambah laba perusahaan Shopee.
5. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah variabel lainnya yang mempengaruhi minat beli dikarenakan masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli pada *e-commerce customers* Shopee.