

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

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

1. *Ease of use* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli *e-commerce customers* Tokopedia di Kota Batam.
2. *Shopping experience* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli *e-commerce customers* Tokopedia di Kota Batam.
3. *Advertisement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli *e-commerce customers* Tokopedia di Kota Batam.
4. *Ease of use*, *shopping experience* dan *advertisement* secara simultan memberikan pengaruh pada minat beli *e-commerce customers* Tokopedia 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 (1532) dengan pernyataan “saya merasa mudah untuk mengenali isi ikon pada aplikasi/website Tokopedia” oleh karena itu, disarankan agar pihak Tokopedia dapat membuat atau mendesain ikon yang lebih mudah dikenal didalam aplikasi/website Tokopedia agar mempermudah

dan meningkatkan minat beli dengan menggunakan aplikasi/website Tokopedia.

2. Pada hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel *shopping experience* yang memiliki nilai terkecil (1587) “saat saya ingin berbelanja di Tokopedia, saya memperhatikan ulasan dari customer lainnya sebelum berbelanja di sebuah toko” oleh karena itu, pihak Tokopedia disarankan untuk lebih banyak mengundang *seller- seller* yang memiliki performa yang bagus untuk meningkatkan minat beli seorang *customer*.
3. Pada hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel *advertisement* yang memiliki nilai terkecil (1526) “saya tertarik untuk berbelanja saat melihat iklan Tokopedia” oleh karena itu, disarankan Tokopedia untuk lebih cermat dalam membuat dan mengelola iklan yang lebih menarik agar dapat meningkatkan minat beli seorang *customer*.
4. Pada hasil penelitian diketahui bahwa dari seluruh variabel minat beli yang memiliki nilai terkecil (1544) “saya akan melakukan transaksi pembelian pada Tokopedia dalam waktu dekat” oleh karena itu, disarankan Tokopedia untuk meningkatkan daya tarik minat beli *customer* agar dapat menambah laba perusahaan Tokopedia.
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* Tokopedia.