

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka variabel yang memiliki pengaruh paling besar dalam memengaruhi keputusan pembelian *online* di aplikasi Bukalapak pada penelitian ini berasal dari kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu penunjang yang dapat meyakinkan individu dalam melakukan pembelian *online* di aplikasi Bukalapak seperti perangkat pendukung, akses internet, dan dana yang cukup. Kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat membeli menggunakan *e-commerce*, menjadi variabel paling berpengaruh karena memperoleh nilai *t-statistic* sebesar 11,361, dilanjutkan dengan variabel norma subjektif yang memperoleh nilai *t-statistic* sebesar 4,814, dan variabel sikap terhadap perilaku yang sedikit berpengaruh terhadap niat membeli menggunakan *e-commerce* dengan memperoleh nilai *t-statistic* sebesar 2,577.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Saran bagi penelitian ini adalah:

1. Bukalapak hendaknya dapat meningkatkan kenyamanan serta kemudahan saat mengakses Bukalapak dengan memperhatikan faktor kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat membeli menggunakan *e-commerce*, agar dapat meyakinkan individu dalam melakukan pembelian *online* melalui aplikasi Bukalapak.
2. Hasil penelitian ini dapat dikembangkan dengan penambahan jumlah sampel dan memodifikasi indikator agar menjadi lebih baik, sehingga dimungkinkan ada perbedaan hasil pada penelitian yang menggunakan lebih banyak sampel dan memodifikasi indikator.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan teori-teori dan faktor-faktor selain model *Theory Planned Behavior* agar dapat menghasilkan model analisis yang lebih luas dan komprehensif.