

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hal-hal yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, rumusan masalah yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengenai "Seberapa besar pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan pada Instagram terhadap keputusan pembelian pengikut akun Instagram @heymale.id", maka dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian. Persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan berdasarkan hasil dari analisis regresi linear dan uji T sebesar 0,226 dan t hitung 3,133 > t tabel 1,984. Serta persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan berdasarkan hasil analisis regresi linear dan uji T yaitu sebesar 0,568 dan t hitung 7,485 > t tabel 1,984. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian jika dibandingkan dengan variabel persepsi kegunaan.
- Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi, nilai R Square yang didapatkan adalah 0,620. Sehingga, jika dikalikan dengan 100%, maka menghasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 62%. Maka pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) sebesar 62%. Dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pada Instagram @heymale.id memiliki pengaruh sebesar 62% terhadap keputusan pembelian. Sementara terdapat 38% pengaruh faktor lainnya yang tidak terdapat pada penelitian ini.
- Hasil dari penelitian ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* bahwa teori ini mengatakan terdapat dua asumsi seseorang menggunakan sebuah teknologi yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan. Kegunaan dan Kemudahan yang didapatkan dari Instagram @heymale.id mempengaruhi keputusan pembelian pengikutnya.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan mendapatkan hasil dari pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan pada Instagram terhadap keputusan pembelian pengikut akun Instagram @heymale.id. peneliti akan memberikan saran yang relevan dengan penelitian, yaitu :

a. Saran Praktis

- Dengan diterimanya ketiga hipotesis, dapat disimpulkan bahwa baik persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan Instagram secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian pengikut akun Instagram @heymale.id. Pengaruh ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan keputusan pembelian melalui Instagram, pengelola akun @heymale.id harus memastikan bahwa platform tersebut tidak hanya berguna tetapi juga mudah digunakan oleh pengguna.
- Berdasarkan hasil kuesioner, pernyataan "Instagram @heymale.id berguna untuk berinteraksi dengan penjual" mendapatkan poin tidak setuju tertinggi dengan jumlah 21%. Diharapkan pengelola Instagram @heymale.id untuk meningkatkan interaksi antara pembeli dan penjual seperti lebih konsisten dalam memanfaatkan fitur *Instagram Live*, *poll sticker*, maupun fitur *votes* untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut

b. Saran Teoritis

- Dalam penelitian ini didapatkan 38% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Instagram @heymale.id yang tidak ada pada penelitian ini. Maka dapat diusulkan pada penelitian berikutnya untuk menggunakan variabel lain diluar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan mengenai faktor keputusan pembelian seperti variabel citra merek, kepercayaan merek, atau kualitas produk untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian.