

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel harga produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan daya beli dalam berbelanja online selama pandemi covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan daya beli dalam berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
3. Secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan daya beli dalam berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
4. Secara parsial variabel harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
5. Secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
6. Secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta;
7. Harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kemampuan daya beli ;
8. Harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan berbelanja online selama covid-19 di Shopee pada masyarakat golongan millennial di Jakarta.

## 5.2 □ Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang telah diuraikan diatas, adapun implikasi yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan e-commerce Shopee, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan dalam berbelanja online.
2. Bagi perusahaan-perusahaan sejenis, penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding, sehingga dapat diketahui berbagai kelebihan serta kekurangan diri agar dapat dilakukan perbaikan dan pengembangan usaha.
3. Bagi kalangan akademis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai pengaruh harga produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kemampuan daya beli dan kepuasan berbelanja online selama pandemic covid-19 di shopee.