**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan analisis data pada bab sebelumnya, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Dilihat dari uji parsial dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh signifikan atau nilai pengaruhnya positif terhadap pengambilan keputusan mahasiswi dalam membeli baju kemeja pada toko *online*. Hal ini berarti jika kualitas produk terus ditingkatkan yang meliputi desain baju yang menarik, bahan yang berkualitas, perpaduan warna yang cocok, dan pilihan model yang uptodate akan menyebabkan peningkatan pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko *online*. Sedangkan faktor kemudahan berpengaruh lebih kecil dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko *online*, artinya semakin menurunnya tingkat kemudahan dalam bertransaksi pada toko *online* maka akan menurunkan tingkat pengambilan keputusan pembelian.
2. Secara uji F (Anova) didapat F hitung $>$ F kritis, artinya Antara variabel independen yaitu Faktor kemudahan dan faktor kualitas produk secara serentak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengambilan keputusan pembelian.
3. Koefisien korelasi (r) variabel kemudahan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko online adalah sebesar 77,7%. Artinya koefisien korelasi (r) termasuk pada kategori kuat jadi terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara faktor kemudahan dan faktor kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko online. Sementara sisanya sebesar 22,3% dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Variabel faktor kualitas produk adalah faktor dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko *online*.

**5.2 Saran**

Dari kesimpulan diatas dapat diketahui bahwa faktor kemudahan adalah variabel yang kurang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian baju kemeja pada toko *online*. Itu berarti pelayanan dan fasilitas yang selama ini ditawarkan kepada konsumen belum dipandang cukup baik oleh konsumen, karena itu disarankan toko *online* memberikan pelayanan atau fasilitas khusus yang baru dan dapat mempengaruhi mahasiswi untuk bertransaksi pada toko *online*, misalnya dengan membantu mahasiswi mendaftar M-banking yang dapat memudahkan mahasiswi bertransaksi pada toko *online*.