

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Simpulan yang dapat diambil dari pengaruh Motivasi Hedonis, Kemudahan, Celebrity Endorse dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Real Wardah Hijab adalah sebagai berikut

- 1) Keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di real wardah hijab. Di buktikan dari hasil yang diperoleh Variabel Keamanan (X1) memiliki nilai t hitung 1,531 dan nilai t table 1,986 dan nilai signifikan 0,129.
- 2) Kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Real Wardah Hijab. Di buktikan dari hasil yang diperoleh Variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai t hitung 1,164 dan nilai t table 1,986 dan nilai signifikan 0,247.
- 3) Celebrity Endorse tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Real Wardah Hijab. Dibuktikan dari hasil yang diperoleh Variabel Celebrity Endorse (X3) memiliki nilai t hitung -,984 dan nilai t table 1,664 dan nilai signifikan 0,328.
- 4) Motivasi Hedonis berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Real Wardah Hijab. Dibuktikan dari hasil yang diperoleh Variabel motivasi hedonis (X4) memiliki nilai t hitung 4,555 dan nilai t table 1,983 dan nilai signifikan 0,000.

5) Motivasi Hedonis (X1) , Kemudahan (X2), dan Celebrity Endorse (X3), Kemanan (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan begitu nilai F hitung lebih besar (6,593) dari F table (2.47). Selain itu signifikansi ANOVA senilai 0,000.

5.2 Saran

Dengan keterbatasan penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu :

- 1) Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel yang ada agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.
- 2) Penelitian selanjutnya lebih baik menambah jumlah populasi agar mendapat data lebih untuk diolah dan dianalisis.
- 3) Penelitian ini dapat dikembangkan lagi sesuai keadaan online shop yang akan diteliti. Jika memungkinkan akan lebih baik lagi untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian agar mendapatkan hasil yang lebih kuat atau menambah referensi generalisasi.