

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden yang berjumlah 115 orang diketahui bahwa pengguna shopee berjenis kelamin perempuan dengan rata-rata usia 21 tahun. Mahasiswa yang paling banyak melakukan transaksi di shopee sebanyak 1 bulan sekali di shopee dengan rata-rata uang saku Rp 1.226.957. Rata-rata total pengeluaran harga adalah Rp 63.306.783 dan rata-rata total unit pembelian pembelian adalah 12,73. Permintaan tertinggi terlihat pada produk kosmetik dan makanan dengan rata-rata sekitar 3-4 unit per responden dan permintaan terendah terdapat pada kategori lainnya dengan rata-rata pembelian di bawah 2 unit.
2. Dari hasil uji bersama-sama disimpulkan bahwa variabel independen (online customer review, harga, uang saku, jenis kelamin dan tempat tinggal) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (permintaan barang) di shopee di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Sementara untuk hasil uji parsial didapatkan bahwa variabel harga, uang saku dan jenis kelamin berpengaruh terhadap permintaan barang di shopee. Namun, untuk variabel *online customer review* dan tempat tinggal belum mampu mempengaruhi permintaan di shopee di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi.

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat memperkaya materi kuliah terkait ekonomi mikro mengenai perilaku konsumen dan permintaan, selain itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi permintaan barang di shopee. Hasil penelitian menemukan

bahwa harga, uang saku dan jenis kelamin memiliki pengaruh positif dalam permintaan barang terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dalam hal ini saran yang dapat diberikan adalah mahasiswa lebih bijak lagi dalam menentukan pilihannya terkait dengan harga yang ditawarkan, sering melakukan pembelian juga dapat menyebabkan mahasiswa menjadi konsumtif.

2. Saran praktis yang dapat diberikan adalah perlu adanya pengembangan program untuk meningkatkan kepercayaan ulasan online. Dikarenakan shopee belum mampu memberikan pengaruh ulasan terhadap permintaan hal ini dapat dilakukan dengan mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan yang lebih informatif dan jujur, misalnya saja pihak shopee dapat menampilkan ulasan dengan foto atau video yang lebih menonjol karena ulasan visual lebih bisa meyakinkan konsumen.