

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada perbedaan antara Transaksi Online dan Transaksi Konvensional terkait hasil uji sebaran variabel Keputusan Pembelian yang meliputi Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Pemilihan Produk, sistem pembayaran, Keterjangkauan, Design Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Tingkat Kepercayaan.
2. Berdasarkan perbandingan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  table dalam uji independent sample t test ini. Diketahui nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$ -tabel ( $0.419 < 1.985$ ). Dengan demikian,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada perbedaan signifikan antara kedua kelompok. Artinya, konsumen yang memperoleh info produk melalui Instagram dapat melanjutkan transaksinya secara online atau secara konvensional dengan mendatangi toko fisik.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti agar memahami hal-hal yang mendasari tidak adanya perbedaan dalam keputusan pembelian pada Toko Online atau Toko Konvensional melalui media Instagram.
2. Bagi para konsumen yang mencari produk fashion melalui Instagram untuk tidak perlu khawatir dalam memutuskan pembeliannya, baik secara online maupun konvensional, dikarenakan kedua bentuk transaksi tersebut tidak memiliki perbedaan secara signifikan, dalam artian pembelian secara online dan konvensional dapat dilakukan.

3. Bagi akademisi, khususnya untuk penelitian selanjutnya, untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi tidak adanya perbedaan keputusan pembelian antara Toko Online dan Toko Konvensional melalui media Instagram.