

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Keputusan Pembelian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi mampu mempengaruhi keputusan pembelian untuk kembali membeli produk di situs belanja *online*. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor yang paling dominan dalam penelitian terhadap keputusan pembelian adalah faktor keamanan. Responden merasakan keamanan didalam proses belanja *online*, responden juga tidak ragu untuk membagi informasi pribadi maupun informasi data kepada situs belanja *online*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji T sebesar $2.582 < 1.6706$ dan nilai signifikansi sebesar $0.012 > 0.05$
2. Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi mampu mempengaruhi keputusan pembelian untuk kembali membeli produk di situs belanja *online*. Karena faktor kemudahan merupakan faktor yang juga penting dalam keputusan pembelian. Responden merasakan kemudahan didalam proses belanja *online*, dari segi kemudahan untuk mencari barang yang dicari, serta mudahnya akses yang digunakan dalam situs belanja *online*. Hal ini ditunjukkan

dengan hasil uji T sebesar $2.883 < 1.6706$ dan nilai signifikansi sebesar $0.006 > 0.05$

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

5.2.1 Bagi Pengusaha Situs Belanja *Online*

Saran untuk para pengusaha *online* yaitu untuk meningkatkan sistem informasi akuntansi dengan cara merubah keakuratan sistem yang ditawarkan dalam situs belanja *online*, memberikan pelayanan yang lebih dan cepat dalam memproses transaksi didalam pembelian. Karena hal tersebut bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan oleh pengusaha didalam situs belanja *online*

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor-faktor yang lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Besarnya faktor keamanan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian yaitu 16.1% sedangkan sisanya sebesar 83.9% merupakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain faktor yang diteliti didalam penelitian ini. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menganalisis faktor lain yang dapat memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian *online* di situs belanja *online*.