

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Efisiensi Belanja Online di *Marketplace Shopee*: Persepsi Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun, dapat disimpulkan bahwa:

1. Efisiensi belanja online menurut persepsi mahasiswa menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun memaknai efisiensi belanja online di *Marketplace Shopee* sebagai kemampuan platform dalam menghemat waktu, biaya, dan tenaga, serta memberikan kemudahan dalam mencari informasi produk, membandingkan harga dan kualitas barang, serta melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Temuan ini selaras dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memengaruhi penerimaan seseorang terhadap teknologi.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi efisiensi belanja online di *Marketplace Shopee* menurut mahasiswa meliputi efisiensi waktu, efisiensi biaya, harga dan kualitas produk, metode pembayaran, promosi, voucher, gratis ongkir, cashback, serta kemudahan pengiriman. Berbagai faktor tersebut memberikan manfaat dan kemudahan yang mendukung aktivitas belanja online mahasiswa sehingga meningkatkan persepsi mereka terhadap efisiensi penggunaan *Shopee*.

3. Pengalaman mahasiswa dalam menggunakan fitur-fitur Shopee yang berkaitan dengan efisiensi belanja menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan berbagai fitur, seperti pencarian produk, *Shopee Live*, *ShopeePay*, QRIS, COD, voucher, *Shopee Coins*, gratis ongkir, dan fitur promosi lainnya. Berbagai fitur tersebut membantu mahasiswa memperoleh informasi produk dengan lebih mudah, mempercepat proses transaksi, serta menghemat biaya belanja sehingga mendukung terciptanya efisiensi dalam berbelanja online.
4. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap efisiensi layanan Shopee tergolong tinggi. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi, kelengkapan produk, harga yang kompetitif, beragam metode pembayaran, program promosi, serta kualitas layanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Shopee* mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa secara praktis, mudah, dan efisien.
5. Persepsi mahasiswa terhadap keamanan dan kenyamanan transaksi di *Shopee* menunjukkan bahwa sistem transaksi dinilai aman dan nyaman untuk digunakan. Persepsi tersebut didukung oleh adanya fitur keamanan, seperti PIN, sidik jari, verifikasi wajah, sistem garansi, bukti pembayaran, serta berbagai metode pembayaran yang fleksibel, sehingga meningkatkan rasa aman dan kenyamanan mahasiswa dalam melakukan transaksi.
6. Kendala yang dihadapi mahasiswa saat berbelanja online di *Shopee* meliputi keterlambatan pengiriman, ketidaksesuaian produk dengan deskripsi, dan gangguan teknis selama proses transaksi. Namun, berbagai kendala tersebut

dapat diatasi melalui layanan yang disediakan oleh *Shopee*, seperti fitur pengajuan keluhan, pengembalian barang dan dana (*refund*), sistem garansi, serta kemudahan menghubungi penjual dan layanan pengiriman. Oleh karena itu, kendala yang dialami tidak mengurangi persepsi positif mahasiswa terhadap efisiensi penggunaan *Marketplace Shopee*.

Secara keseluruhan, mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Madiun (PGRI Madiun) memiliki persepsi positif terhadap efisiensi belanja online di *Marketplace Shopee*. Persepsi ini terbentuk karena manfaat dan kemudahan penggunaan platform tersebut, sehingga *Shopee* dianggap mampu mendukung aktivitas belanja online yang praktis, efisien, aman, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman yang bermanfaat dalam memahami perilaku konsumen digital, khususnya terkait efisiensi belanja online di *Marketplace*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian dengan menambahkan variabel atau aspek lain, seperti loyalitas pelanggan, keputusan pembelian, kepercayaan konsumen, maupun pengaruh perkembangan teknologi digital terhadap perilaku berbelanja. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek *Marketplace* lain atau menggunakan pendekatan kuantitatif maupun mixed methods agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

## 2. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan menggunakan *Marketplace Shopee* dengan bijak dengan mempertimbangkan kebutuhan mereka, membandingkan harga dan kualitas produk, membaca ulasan konsumen, dan memanfaatkan berbagai fitur dan promosi yang tersedia untuk mendapatkan manfaat optimal. Selain itu, mahasiswa diharapkan tetap berhati-hati saat melakukan transaksi dan memilih toko yang bereputasi baik untuk mengurangi potensi risiko.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian tentang efisiensi belanja online dengan cakupan responden yang lebih luas dan karakteristik yang berbeda, serta meneliti faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen dalam menggunakan *Marketplace*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif mengenai perilaku belanja online di era digital

## 4. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Program Studi Pendidikan Ekonomi diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi dalam pembelajaran yang berkaitan dengan ekonomi digital, perilaku konsumen, dan literasi keuangan. Selain itu, program studi dapat mengembangkan kegiatan edukasi mengenai konsumsi yang bijak, pemanfaatan teknologi

digital secara produktif, serta peningkatan literasi ekonomi digital bagi mahasiswa.

5. Bagi Uniiversitas PGRI Madiun

Universitas PGRI Madiun diharapkan dapat terus mendorong dan memfasilitasi penelitian yang berkaitan dengan transformasi digital, perilaku konsumen, dan ekonomi digital. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi salah satu referensi dalam memperkaya repositori ilmiah universitas serta mendukung pengembangan budaya akademik yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat di era digital.