

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada penelitian tentang “perbedaan respon pria dan wanita terhadap *E-Shopping* dan *Store Shopping*”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Dari hasil analisis statistik data responden diketahui bahwa responden pria dan wanita sama banyaknya yaitu, sebanyak 200 responden dengan persentase 50% untuk masing-masing pria dan wanita.
2. Dari uji validitas *E-Shopping* ditemukan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena sig.-nya semua ≤ 0.05 (5%) serta hasil dari *Pearson Correlationnya* ≥ 0.300 .
3. Dari uji validitas *Store Shopping* ditemukan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena sig.-nya semua ≤ 0.05 (5%) serta hasil dari *Pearson Correlationnya* ≥ 0.300 .
4. Dari uji reliabilitas *E-Shopping* semua variabel reliabel karena nilai *Cronbach's alpha*-nya ≥ 0.500 yaitu 0.708.
5. Dari uji reliabilitas *Store Shopping* semua variabel reliabel karena nilai *Cronbach's alpha*-nya ≥ 0.500 yaitu 0.601.
6. Dari uji hipotesis MANOVA dengan menggunakan uji *Box's Test of Equality of Covariance Matrices* dapat dilihat bahwa *Box's M* test adalah 0,694 dan nilai *F* test sebesar 0,230 dengan tingkat signifikan 0,876 yang berada di atas 0,05 sehingga hipotesis nol yang menyatakan hipotesis diterima dan sesuai

dengan asumsi MANOVA. Hal ini berarti matrik *variance/ covariance* dari variabel dependen adalah sama.

7. Dari uji hipotesis MANOVA dengan menggunakan uji *Levene's Test Equality of Error Variances* dapat diketahui bahwa variabel *E-Shopping* dan *Store Shopping* nilai signifikansinya $\geq 0,05$ yang berarti memiliki *variance* yang sama dan hal tersebut sesuai dengan asumsi MANOVA.
8. Dari uji hipotesis MANOVA dengan menggunakan uji *Multivariate Tests* menunjukkan bahwa nilai F test untuk Hotelling's Trace sebesar 0,200 dan signifikan pada 0,819. Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan persepsi pria dan wanita terhadap *E-Shopping* dan *Store Shopping*.
9. Dari uji hipotesis MANOVA dengan menggunakan *Test of Between-Subjects Effects* dapat diperoleh nilai F test untuk hubungan antara gender terhadap *E-Shopping* sebesar 0,132 dengan nilai 0,716 (tidak signifikan karena nilai sig. $> 0,05$). Nilai F test untuk hubungan antara gender terhadap *Store Shopping* sebesar 0,401 dengan nilai signifikansi 0,527 (tidak signifikan karena nilai sig. $> 0,05$). Sehingga tidak ada hubungan antara persepsi pria dan wanita terhadap *E-Shopping* dan *Store Shopping*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta simpulan pada penelitian ini, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain *gender* seperti, usia dan pengeluaran rata-rata per bulan yang tentunya dapat memengaruhi variabel dependen *E-Shopping* dan *Store Shopping* agar lebih melengkapi penelitian ini.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai keterbatasan, adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah

1. Kurangnya kesungguhan dari beberapa responden dalam menjawab pernyataan, dikarenakan aktivitas beberapa responden yang cukup padat. Hal ini tampak dalam jawaban mayoritas responden pada jawaban setuju dan sangat setuju sehingga hal ini memungkinkan adanya jawaban-jawaban yang bias.
2. Adanya keterbatasan target responden, karena responden pada penelitian ini hanya mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Program Studi S-1 Manajemen saja.

