

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan tentang preferensi generasi Z terhadap pembelian keripik buah di *marketplace*, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi generasi Z dalam membeli keripik buah di *marketplace*, sedangkan harga, kualitas produk, kualitas layanan, keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi generasi Z dalam membeli keripik buah di *marketplace*.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan merupakan faktor dominan yang memengaruhi preferensi generasi Z terhadap pembelian keripik buah di *marketplace*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari 6 faktor pengaruh terdapat 2 faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi generasi Z dalam membeli keripik buah di *marketplace* yaitu kemudahan dan kepercayaan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kemudahan dalam berbelanja melalui *marketplace* dapat dilakukan dengan cara menyediakan

berbagai opsi pilihan transaksi pembayaran dan jasa pengiriman, sedangkan untuk meningkatkan kepercayaan dapat dilakukan dengan memberikan dan memprioritaskan *customer service* yang lebih baik kepada konsumen. Faktor harga, kualitas produk, kualitas layanan, dan keamanan disarankan dapat dipertahankan ketepatan dan kualitasnya guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan merupakan faktor dominan negatif dalam preferensi generasi Z terhadap pembelian keripik buah di *marketplace*. Untuk meningkatkan preferensi generasi Z, disarankan agar penjual *marketplace* mengevaluasi kembali dan menyempurnakan tampilan halaman produk, memberikan deskripsi produk secara rinci, serta konten visual yang menarik, agar kemudahan yang ditawarkan tetap memberikan rasa aman dan dapat membangun kepercayaan konsumen.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel independen lainnya yang lebih relevan seperti variabel motivasi dan desain produk, dikarenakan dalam penelitian ini terdapat 56,8% variabel lain di luar model yang berpengaruh terhadap preferensi generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfayulanda, P. & Murni, D., 2024. Penerapan Analisis Logistik Biner Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Berbelanja Online di TikTok. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika dan Statistika* 5(1): 178-188.
- APJII., 2024. Hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-di-2024>. (diakses tanggal 26 Maret 2024).
- Azzahra, M. M. & Galuh, A. K., 2023. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Produk Food and Beverage Di Shopee. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(1), 92–102. <https://doi.org/10.21776/ieff.2023.02.01.09>
- Bahri, S., 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis – Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Basuki, A. T. 2017. Bahan Ajaran Ekonometrika: Regresi Logistik Biner. <https://ekonometrikblog.wordpress.com/>. (diakses tanggal 06 November 2024)
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Jurnal Konseling GUSJIGANG* 3(1): 104- 103. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072
- BPS., 2021. Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020. Jakarta: BPS.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L., 2020. *Service Quality, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. edisi 1. Malang: CV IRDH.
- Daga, R., 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan I. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Darmawan, M. D., 2023. 5 Perbedaan E-commerce, Marketplace dan Online Shop. <https://pasarind.id>. (diakses tanggal 26 Maret 2024).
- Dewi, M. S., 2021. *Populasi dan Sampel*. Metodologi Penelitian: Teori dan Praktik. p. 66- 80. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI).

- Djafarova, E.& Bowes, T., 2023. “Instagram Made Me Buy It”: Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Djamaris, A. R. A., 2021. Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal dan Multinomial dengan SPSS. *Laporan Kegiatan Masyarakat. Pemanfaatan Regresi Logistik Ordinal Dan Multinomial Dengan SPSS*. Jakarta.
- Fadila, I., 2021. Teknik Menggoreng Vacuum Frying, Benarkah Lebih Sehat?. <https://helohehat.com>. (diakses tanggal 18 Maret 2024).
- Fromm, J., & Read, A., 2018. Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast--and Very Different--Generation of Influencers. AMACOM.
- Ghozali, I., & Ratmono, D., 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EvIEWS 10*. Cetakan II. Semarang: UNDIP.
- Gischa, S., & Sukmawati, A., 2023. Transaksi Daring: Pengertian, Kelebihan, dan Kekurangan. <https://www.kompas.com>. (diakses tanggal 26 Maret 2024).
- Halicka, E., Kaczorowska, J., Rejman, K., & Plichta, M. (2025). Investigating the Consumer Choices of Gen Z: A Sustainable Food System Perspective. *Nutrients* 17(3). <https://doi.org/10.3390/nu17030591>
- Harlan, J., 2018. *Analisis Regresi Logistik*. Depok: Gunadarma.
- INSTIKI., 2023. Riset:Usia 20-an = Periode Terpenting dalam Hidup. <https://instiki.ac.id/>. (diakses tanggal 21 November 2024).
- Kamal, A. F., Nobelson, N., & Supriadi, Y. N. (2023). The Influence of Online Customer Review, Customer Rating, and Viral Marketing on Purchase Decisions in Generation Z at Tokopedia. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)* 3(4): 284–294. <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v3i4.283>
- Kartiningrum, E. D., Notobroto, H. B., Otok, B. W., Kumarijati, E. N., & Yuswatiningsih. 2022. *Aplikasi regresi dan Korelasi Dalam Analisis Data hasil Penelitian*. Edisi 1. Mojokerto: STIKes Majapahit Mojokerto.
- KBBI., 2024. Pasar. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pasar>. (diakses tanggal 22 Maret 2024).
- _____, 2024. Generasi. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/generasi>. (diakses tanggal 25 Maret 2024).
- Khairunnisa., 2023. *Uji Validitas dan Realibilitas*. Buku Ajar Metode Penelitian, p. 53-68. Pangkalpinang: CV. Science Techno Direct.

- Kompas., 2022. Menilai Gaya Gen Z Berbelanja. <https://jeo.kompas.com/>. (diakses tanggal 14 April 2024).
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumaningsih, S., Sutopo, J., & Nurlaeli, F., 2021. *Buku Panduan Marketplace*. edisi 1. Surabaya: CV Global Aksara Pres.
- Lestari, S., Astuti, Y., & Muttakin, S., 2015. Keripik Kangkung Rasa Paru Sebagai Produk Olahan Guna Meningkatkan Nilai Tambah. *Prosiding Seminar Nasional Masyarakat Biodiversitas* 1(7): 1702–1706. <https://doi.org/10.13057/psnmbi/m010731>
- Lestari, V. W., Hidayati, N., & Rizal., 2016. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Lazada.co.id di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Riset Manajemen* 4(1): 102-117.
- Machali, M., 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Cetakan 3. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN.
- Mahendra, M., & Mamilianti, W., 2020. Persepsi Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras Premium. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)* 1 (1): 1. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7150>
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S., 2021. *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*. edisi I. Gowa: Pustaka Almaida.
- Moi, F. M. S., 2024. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Petani dalam Mengadopsi Teknologi Lampu Listrik Untuk Produksi Buah Naga Merah di Banyuwangi. *Skripsi*. Malang: Universitas Katolik Widya Karya.
- Musa, A., & Nifita, A. T., 2019. Preferensi konsumen dalam berbelanja pada online shop. *Jurnal Dinamika Manajemen* 7(1): 153–162. <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/16943>
- Nofriza, F., 2022. Mempersiapkan Diri Memasuki Dewasa Awal. <https://fkip.uhamka.ac.id/>. (diakses tanggal 27 November 2024).
- Nurhayati, N., Pitoweas, B., Putri, D. S., & Yanzi, H., 2020. Analisis Kepekaan Sosial Generasi (Z) Di Era Digital Dalam Menyikapi Masalah Sosial. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKn* 7(1): 17–23. <https://doi.org/10.36706/jbti.v7i1.11415>

- Oktaviani, A., Makmur, T., & Jakfar, F., 2024. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 9(4): 140-146.
- PDDikti, 2024. Universitas Katolik Widya Karya. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. (diakses tanggal 05 November 2024).
- Pusparani, E. T., 2023. 15 Marketplace Online Terbaik di Indonesia yang paling banyak dikunjungi. <https://qontak.com/>. (diakses tanggal 21 November 2024).
- Putri, C.A. & Satoso, I., 2020. The Influence of Perceived Risk and Trust on Purchase Intention in Online Shopping: A Study of Generation Z in Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 374–386.
- Putri, K.A. & Yasa, N. N., 2023. The Role of Price Perceptions, Product Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions. *Ekonomis: Journal of Business and Management* 21(1): 10-15.
- Rahayu, A., 2022. Jenis-Jenis Analisis Regresi. <https://binus.ac.id/malang/> . (diakses tanggal 10 Juni 2025).
- Roflin, E., Riana, F., Munarsih, E., Pariyana., & Liberty, I. A., 2023. *Regresi Logistik Biner dan Multinomial*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Safrida, S., Marsudi, E., & Jannah, P. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Kopi Pada Warung Kopi Solong Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *Jurnal Agrisep* 21(2): 70–80. <https://doi.org/10.17969/agrisep.v21i2.17223>
- Sahir, S. H., 2021. *Metodologi Penelitian*. Cetakan I. Banguntapan: KBM Indonesia.
- Samsiyah, S., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, D., Zukar, M., & Adella, N. T., 2023. *Prilaku Konsumen*. Cibeusi: CV Mega Press Nusantara.
- Sianipar, C., 2023. Penerapan Analisis Regresi Logistik untuk Mengetahui Seberapa Besar Peluang Seseorang Dapat Diterima Bekerja di PT Makmur Jaya. <https://rpubs.com/Liong/1048768>. (diakses tanggal 10 Juni 2025).
- Sujarweni, V. W., 2019. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tzavlopoulos, I., Karavasilis, G., Vrana, V., & Paschaloudis, D. (2019). Perceived ease of use and usefulness in e-commerce: An investigation in Generation Z.

International Journal of Economics and Business Administration, 7(4), 444–456.

Ulfa, B. N., Santoso, S. I., & Prastiwi, W. D., 2023. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Secara Online Kota Jakarta Selatan. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* (1):1223–1235.

Wahyuni, S., Sari, K., & Kurniawan, M. A., 2022. Determinan Konsumen Rumah Tangga dalam Pembelian Gula Pasir Bermerek dan Tidak Bermerek di Kelurahan 9 Ilir Kota Palembang. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian* 3(1): 264–276. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v3i1.311>

Wang, Y., Wang, Y., & Wang, Y., 2016. Understanding the effects of perceived ease of use and perceived usefulness on e-loyalty: A consumer perspective. *Information Development*, 32(5), 1542–1554.

Wardhana, A., 2024. *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 –Edisi Indonesia*. Purbalingga: CV Eureka Media Aksara.

Wibowo, W. & Ayuningtyas, F., 2024. Generasi Z sebagai Konsumen masa depan: karakteristik, preferensi, dan tantangan baru. *Buana Komunikasi (Jurnal Penelitian dan Studi Ilmiah komunikasi)* 5 (2): 90-99.

Widiyakarya., 2025. Widiya Karya. <https://widiyakarya.ac.id/> (diakses tanggal 26 Maret 2025).

Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R., 2020. *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Tanjung: CV. Pena Persada.

Wikipedia., 2023. Keripik. <https://id.wikipedia.org/wiki/Keripik>. (diakses tanggal 18 Maret 2024).

Yanti., Thamrin, A. F., & Basri., 2020. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Kelompok Usaha Keripik Buah Desa Bulucenrana Kecamatan Pituriawa Kabupaten Sidrap. *SEWAGAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(2): 127-132.

Yunita, S., 2022. Buah Kering, Baik atau Buruk untuk Kesehatan?. <https://www.klikdokter.com> (diakses tanggal 17 September 2024).

Zahira, J. A., & Salamah, M., 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Online Melalui Social Media pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 11(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v11i1.62687>