

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui hasil riset yang dilakukan dan pembahasan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dengan judul pengaruh kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian *online* pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang yaitu sebagai berikut:

1. Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang.
3. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang. Karena berbelanja online konsumen lebih mementingkan kepercayaan konsumen dan keamanan produk.
4. Keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota Malang.
5. Melalui uji regresi linear berganda variabel yang berpengaruh dominan yakni variabel keamanan produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian online pada *situs e-commerce shopee* di kota

Malang. Hal ini karena pembelian secara online jadi konsumen lebih mementingkan keamanan produk saat diterima konsumen. Sehingga pengaruhnya lebih besar dari pada kepercayaan konsumen dan kualitas pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas ada beberapa saran yang dikemukakan bagi perusahaan dan juga bagi penulis yang dapat dimanfaatkan untuk perkembangan yang lebih baik kedepannya yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan harus tetap menjaga atau mempertahankan kepercayaan konsumen, keamanan produk dan juga lebih memperhatikan dan memperbaiki kualitas pelayanan agar konsumen merasa nyaman dan dihargai dan mau melakukan pembelian pada *situs e-commerce shopee*.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini bisa dijadikan sebagai bahan refresi untuk penelitian selanjutnya dengan mengembangkan variabel lain yang diluar variabel kepercayaan konsumen, kualitas pelayanan dan keamanan produk terhadap keputusan pembelian salah satu contoh seperti variabel harga, digital marketing, brand image terhadap minat beli ulang yang dapat diteliti untuk peneliti selanjutnya serta dapat menggunakan metode penelitian lain seperti metode penelitian kualitatif.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti sudah mengikuti arahan dari buku paduan skripsi yang diberikan oleh pihak prodi FEB Universitas Merdeka Malang. Namun peneliti menyadari masih ada keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan yaitu: dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel bebas (X) dan 1 variabel terikat (Y) padahal masih banyak variabel lain yang dapat dapat mempengaruhi keputusan pembelian online pada situs e-commerce shopee. Serta peneliti ini menggunakan metode skala linert yang dimana jawaban responden terkadang tidak sesuai dengan jawaban yang sesungguhnya atau tidak konsisten.