

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebar kuesioner online. Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi reputasi terhadap kepercayaan, dan kepercayaan terhadap minat pembelian online melalui instagram. Dari 90 orang sampel yang dijadikan responden diketahui bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi reputasi mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi minat pembelian secara signifikan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi kegunaan Instagram bagi seseorang berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian online melalui sosial media Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Persepsi kemudahan penggunaan Instagram berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian online melalui sosial media Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
3. Persepsi reputasi instagram berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian online melalui sosial

media Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

4. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian online melalui sosial media Instagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi dari penelitian ini adalah pada pengguna Instagram sendiri, dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Instagram dapat dijadikan media untuk berbisnis karena telah memiliki reputasi yang baik. Melalui Instagram konsumen juga dapat merasakan manfaat dalam mealukan transaksi melalui Instagram. Selain itu Instagram lebih mudah digunakan dan tidak perlu ahli untuk membuat sebuah akun yang bertujuan bisnis.

5.3 Keterbatasan penelitian

Ada beberapa keterbatasan yang mengurangi keakuratan hasil penelitian ini yaitu :

1. Responden hanya berasal dari kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dan tidak mewakili setiap segmen masyarakat.
2. Jumlah responden masih terbatas sehingga dapat mengurangi keakuratan penelitian.
3. Dalam proses pengolahan data, mungkin saja ada kesalahan input data oleh peneliti.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran dari peneliti yaitu ;

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Responden sebaiknya berasal dari kalangan yang lebih beragam sehingga didapatkan hasil yang lebih baik mengingat penelitian ini hanya terbatas pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas saja.
 - b. Penggunaan kuesioner online sebaiknya menggunakan website yang minim error sehingga tidak terjadi kehilangan data responden.
 - c. Jumlah sampel sebaiknya diperbesar sehingga data lebih akurat
2. Bagi pengguna media sosial
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk membangun bisnis online melalui media sosial, dalam hal ini melalui Instagram. Sebaiknya pengguna dapat memanfaatkan media sosialnya untuk berbisnis.

