

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Website quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* konsumen Shopee di Kota Padang. Ini dikarenakan desain dari *website* Shopee yang memberikan kemudahan dan kecepatan saat melakukan proses transaksi pada *website* tersebut tanpa membutuhkan waktu lama. Hal ini membuktikan bahwa *website* dengan kualitas yang baik akan menimbulkan minat konsumen untuk melakukan pembelian / transaksi pada *website* tersebut.
2. *Website quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Shopee di Kota Padang. Tampilan *website* Shopee yang informatif, aman, mudah dalam pengoperasian, dan kenyamanan dalam penggunaannya mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kapabilitas atau kompetensi Shopee dalam memberikan layanan.
3. *Website brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* konsumen Shopee di Kota Padang. Hal ini dikarenakan *website* Shopee sudah dikenal luas dan sudah melekat di benak masyarakat kota Padang dengan citra yang baik dalam menjaga konsumennya,

sehingga akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa pada *website* tersebut.

4. *Website brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Shopee di Kota Padang. Hal ini dikarenakan *website* Shopee terkenal di *industry marketplace* dan memiliki *image* yang baik di mata masyarakat, sehingga suatu *image* perusahaan (*brand*) memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online* konsumen Shopee di Kota Padang. Secara keseluruhan konsumen percaya terhadap *website* Shopee. Dengan adanya kepercayaan maka, konsumen memiliki dorongan untuk membeli suatu produk pada *website* Shopee.
6. Kepercayaan berperan sebagai pemediasi parsial antara *website quality* dan minat beli *online* konsumen Shopee di Kota Padang.
7. Kepercayaan berperan sebagai pemediasi parsial antara *website brand* dan minat beli *online* konsumen Shopee di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka implikasi penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, *website quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli *online*, hal ini menjelaskan bahwa *website quality* mampu meningkatkan kepercayaan konsumen pada *marketplace* Shopee, *website quality*

juga dapat menstimulus konsumen menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Shopee hendaknya dapat meningkatkan *web quality* saat ini dengan cara menjaga kepercayaan konsumen dan meningkatkan minat beli *online* dengan cara selalu menjaga keamanan data pribadi konsumen dan memberikan rasa aman dalam melakukan transaksi berupa jaminan atas transaksi yang dilakukan.

2. Berdasarkan hasil penelitian, *website brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli, hal ini menjelaskan bahwa *website brand* mampu meningkatkan kepercayaan konsumen pada *marketplace* Shopee, *website brand* juga dapat menstimulus konsumen menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Shopee hendaknya dapat meningkatkan *website brand* saat ini dengan cara selalu konsisten dalam memberikan kualitas yang baik dan dapat meyakinkan konsumen bahwa *website* Shopee merupakan *website* yang terpercaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli *online*, hal ini menjelaskan bahwa kepercayaan mampu menstimulus konsumen untuk menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Shopee hendaknya dapat meningkatkan kepercayaan saat ini dengan cara merespon dengan cepat tanggapan atas permasalahan yang dialami oleh konsumen dan memberikan produk yang sesuai dengan deskripsi.

4. Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan konsumen berperan sebagai parsial mediasi antara *website quality* dan minat beli *online*, berdasarkan hasil tersebut Shopee hendaknya terus menjaga dan meningkatkan *website quality*, karena *website quality* mampu menstimulus minat beli *online* secara langsung dan juga sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen yang akhirnya berdampak meningkatnya minat beli *online*.
5. Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan konsumen berperan sebagai parsial mediasi antara *website brand* dan minat beli *online*, berdasarkan hasil tersebut Shopee hendaknya terus menjaga dan meningkatkan *website brand*, karena *website brand* mampu menstimulus minat beli *online* secara langsung dan juga sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen yang akhirnya berdampak pada meningkatnya minat beli *online*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada saat melakukan penelitian, terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan penelitian, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu diharapkan lebih dikembangkan oleh penelitian selanjutnya untuk menguji variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli *online* pada *marketplace*.
2. Penelitian yang dilakukan hanya pada konsumen Shopee di Kota Padang.

3. Pengujian pada objek penelitian yang sejenis perlu dilakukan, agar dapat membandingkan bagaimana pengaruh terjadi pada suatu industri dengan industri lain.

5.4 Saran

Dari hasil dan kesimpulan penelitian dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan hanya menganalisis *website quality*, *website brand*, dan kepercayaan, jadi disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lainnya, agar dapat menganalisis lebih dalam tentang minat beli. Seperti, efek reputasi, *perceived risk*, *perceived value*, harga, persepsi kemudahan penggunaan, dan banyak variabel lainnya yang bisa dijadikan acuan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat beli.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari konsumen Shopee di Kota Padang. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengambil objek *marketplace* lain ataupun dengan industri sejenis. Agar kajian tentang variabel *website quality*, *website brand*, kepercayaan, dan minat beli dapat dipahami lebih mendalam.
3. Dengan memperhatikan hasil dari penelitian, guna memberikan hasil yang lebih akurat dan relevan maka pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel yang digunakan, menggunakan data yang terbaru, dan memperluas objek penelitian.