

## BAB V

### PENUTUP

#### 1.1. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebar kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia dengan jumlah 100 sampel yaitu mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas Padang yang pernah melakukan pembelian pada situs Tokopedia. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa:

1. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia. Hal ini berarti keamanan merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian pada situs Tokopedia.
2. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara pada situs Tokopedia. Hal ini berarti kemudahan merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian pada situs Tokopedia.
3. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia. Hal ini berarti kepercayaan merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian pada situs Tokopedia.

## 1.2. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia. Pada variabel keamanan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan Tokopedia. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Tetapi terdapat indikator yang harus di tingkatkan seperti pada indikator integritas (*integrity*) dalam hal kejujuran kepada konsumen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya, sehingga menciptakan efek yang lebih positif oleh konsumen.

Pada variabel kemudahan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan Tokopedia. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Hal yang paling menonjol dalam kemudahan terdapat pada indikator mudahnya menggunakan situs Tokopedia. Hal ini karena situs atau aplikasi Tokopedia memang simple dan mudah untuk digunakan.

Pada variabel kepercayaan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh pihak perusahaan Tokopedia. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Tetapi terdapat indikator yang harus di tingkatkan seperti pada indikator reputasi dalam hal kepercayaan terhadap konsumen pihak tokopedia harus mampu menjaga reputasi dari para penjualnya. Ini secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap situs Tokopedia.

### 1.3. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian ini karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Objek dalam penelitian ini terbatas hanya pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas saja sehingga dapat mengurangi keakuratan penelitian.
2. Jumlah variabel yang diteliti hanya 3 variabel yaitu keamanan, kemudahan, dan kepercayaan sebagai variabel independen.
3. Jumlah responden yang dijadikan sampel untuk penelitian ini masih terbatas yaitu 100 responden sehingga hasil penelitian ini belum memiliki tingkat akurasi yang kuat.

### 1.4. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ditujukan untuk:

#### 1.4.1. Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat lebih berkembang dengan menambahkan variabel lain yang memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen, selain dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Dalam menyebarkan kuesioner, diharapkan pada para penelitian selanjutnya untuk mengambil atau melakukan *survey* pada responden yang lebih banyak dan lebih luas agar hasil dari penelitian tersebut lebih akurat. Pengambilan data sebaiknya selalu didampingi oleh peneliti, agar dapat lebih mengontrol dan menjelaskan apabila responden tidak mengerti atau susah mengartikan maksud dari pertanyaan yang ada pada kuesioner.

3. Dalam menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian, diharapkan agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian.

#### **1.4.2. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden, terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden, seperti pada salah satu indikator variabel keamanan bahwa responden cenderung melakukan pencegahan terhadap modifikasi data yang tidak sah. Pada indikator pernyataan ini mampu peneliti lihat bahwa seharusnya tokopedia mampu meningkatkan keamanan dari situs mereka, agar para konsumen lebih merasa aman ketika mereka melakukan transaksi maupun mengakses situs Tokopedia.

Selanjutnya pada variabel kemudahan terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban dengan rata-rata paling sedikit oleh responden, seperti pada pernyataan indikator saya mudah mencari, menemukan dan mengakses situs Tokopedia. Pada indikator ini perlu ditingkatkan lagi, dengan cara pihak Tokopedia lebih mempermudah akses yang mereka berikan kepada konsumen. Agar para konsumen dari Tokopedia lebih cepat dan praktis dalam mengakses situs Tokopedia.

Selanjutnya pada variabel kepercayaan terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban dengan rata-rata paling sedikit oleh responden, seperti pada pernyataan para penjual di situs Tokopedia dapat dipercaya/jujur. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden belum memiliki kepercayaan yang maksimal terhadap situs Tokopedia. Permasalahan ini dapat ditanggulangi oleh pihak Tokopedia dengan mengevaluasi dan memberikan edukasi penjual dalam hal

pentingnya memperoleh kepercayaan dari pembeli supaya pembeli tersebut merasa puas dan percaya sehingga dapat melakukan keputusan pembelian kembali

Selanjutnya pada variabel keputusan pembelian terdapat beberapa pernyataan yang mendapat jawaban dengan rata-rata paling sedikit oleh responden, seperti pada saya memutuskan untuk membeli lebih dari satu produk pada situs Tokopedia. Pihak Tokopedia lebih baik memperhatikan faktor ini karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Sebaiknya Tokopedia lebih menambah ketersediaan produk dan menambah variasi dari suatu produk seperti varian warna, ukuran, dan bentuk dengan cara menambah penjual-penjual yang lebih bervariasi lagi.

