

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas situs web dan merek situs web terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan dan persepsi risiko konsumen situs web tokopedia.com di Yogyakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa, kualitas situs web berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa tokopedia.com memberikan kualitas yang baik pada situs webnya, sehingga kepercayaan konsumen menjadi meningkat. Dengan demikian hipotesis 1 penelitian ini diterima.
2. Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa, kualitas situs web berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi risiko. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat kualitas yang diberikan situs web tokopedia, maka persepsi risiko juga semakin meningkat. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis 2 penelitian ini, maka hipotesis 2 penelitian ini ditolak.
3. Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa merek situs web berpengaruh negatif signifikan terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin unggul merek yang dimiliki situs web tokopedia.com maka kepercayaan menjadi menurun. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis 3 penelitian ini, maka hipotesis 3 penelitian ini ditolak.

4. Hasil pengujian hipotesis 4 penelitian ini menunjukkan bahwa, merek situs web tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi risiko. Hal ini berarti konsumen merasa merek yang dimiliki situs web tokopedia.com tidak mempengaruhi risiko yang kemungkinan akan diterima. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis 4 penelitian ini, maka hipotesis 4 penelitian ini ditolak.
5. Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan bahwa, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa tokopedia.com mampu memberikan kepercayaan pada konsumennya, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian menjadi meningkat. Dengan demikian hipotesis 5 penelitian ini diterima.
6. Hasil pengujian hipotesis 6 menunjukkan bahwa, persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin rendah risiko yang diterima konsumen, maka keputusan untuk melakukan pembelian pada situs web tokopedia.com menjadi meningkat. Dengan demikian hipotesis 6 penelitian ini diterima.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam penulisan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel masyarakat umum yang berdomisili di Yogyakarta, sedangkan yang menjadi konsumen dari situs web tokopedia.com tidak hanya masyarakat di Yogyakarta saja, sehingga penelitian ini belum dapat di generalisasikan.

2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 125 responden, sedangkan konsumen situs web tokopedia.com tidak hanya berjumlah 125 saja, sehingga jumlah sampel perlu diperluas agar lebih representatif.
3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas situs web, merek situs web, kepercayaan dan persepsi risiko, sehingga perlu ditambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada objek dan subjek yang berbeda, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih beragam yang berkaitan dengan keputusan pembelian pada ritel *online*.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbanyak dan memperluas cakupan sampel atau responden karena dalam penelitian ini sampel atau responden hanya terbatas pada masyarakat di Yogyakarta saja.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.