

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

PENELITIAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pertama menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Pengujian pertama menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen ingin melakukan transaksi *online*, kepercayaan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen. Ketika konsumen sudah percaya dengan kejujuran penjual di situs jual beli *online* maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan transaksi atau pembelian secara *online*.
2. Hasil pengujian kedua menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara *online*. Pengujian kedua menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen merasa bahwa bertransaksi secara *online* itu tidak susah dan mudah untuk dipelajari, maka konsumen akan memutuskan untuk

melakukan transaksi karena yakin bahwa prosesnya sangat mudah untuk dilakukan. Ketika tidak terdapat kesulitan dalam melakukan transaksi, konsumen lebih cenderung untuk memutuskan bertransaksi atau melakukan pembelian secara *online*.

3. Hasil pengujian ketiga menunjukkan bahwa kualitas informasi signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara *online*. Pengujian ketiga menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dalam sebuah situs jual beli *online* sangat berpengaruh. Semakin berkualitas informasi yang diberikan oleh penjual *online*, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Ketika konsumen puas dengan informasi yang disediakan oleh situs jual beli *online*, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan transaksi atau pembelian secara *online*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada segmen usaha dengan jenis toko *online* yang memiliki banyak penjual, sedangkan toko *online* memiliki segmen yang lebih banyak lagi dan tidak terpaku pada situs resmi jual beli *online* (Instagram, bbm, whatsapp, facebook, dll).
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu toko online saja yaitu Shopee.co.id.

3. Penelitian ini hanya pada mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
4. Penelitian ini tidak memasukan, variabel-variabel lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis menyarankan kepada penelitian selanjutnya beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada jenis toko *online* yang berbeda atau pada jenis perusahaan yang berbeda tetapi masih berhubungan dengan toko *online*. Selain itu peneliti dapat menambahkan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara *online*.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas subjek yang akan diteliti, karena dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja.
3. Bagi toko *online*, dalam hal ini adalah Shopee disarankan untuk lebih meningkatkan kemudahan dalam menggunakan situs Shopee sehingga diharapkan konsumen akan lebih banyak lagi yang tertarik menggunakan jasa *online* dan sistem *online* akan semakin familiar diseluruh aspek masyarakat.