

# **BAB V**

## **SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN**

### **1.1 SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda dan pembahasan dalam BAB IV mengenai analisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online. maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima. Hal ini berarti bahwa ketika konsumen ingin melakukan transaksi online, kepercayaan menjadi hal yang penting. Ketika konsumen sudah percaya dengan kejujuran penjual disitus online maka konsumen akan semakin tertarik untuk melakukan transaksi .
2. Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara online. Hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima. Hal ini berarti bahwa ketika konsumen merasa bahwa bertransaksi secara online itu tidak susah dan gampang dipelajari, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan transaksi karena yakin bahwa prosesnya sangat mudah dilakukan. Ketika tidak ada kesulitan dalam bertransaksi, konsumen lebih cenderung untuk memutuskan bertransaksi
3. Kualitas informasi signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara online. Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas informasi dalam sebuah situs jualbeli online sangat berpengaruh. Karena, konsumen akan yakin apabila informasi yang diatwarkan berkualitas. Ketika konsumen puas dengan informasi yang disediakan oleh situs jual beli online, maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan transaksi atau pembelian.

## **1.2 KETERBATASAN**

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 jualbeli online (Instagram, BBM, WhatsApp, Facebook, dll)
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu toko online saja yaitu Bukalapak.com
3. Penelitian ini tidak memasukan, variabel-variabel lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online.

## **1.3 SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran dari penulis kepada penelitian selanjutnya 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.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas subjek yang diteliti, karena dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta saja
3. Bagi toko online, dalam hal ini adalah Bukalapak.com disarankan untuk lebih meningkatkan kemudahan dalam pengaplikasian Bukalapak.com sehingga diharapkan konsumen akan lebih banyak lagi yang tertarik menggunakan jasa online dan sistem online akan semakin familiar diseluruh aspek masyarakat.

