

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data, kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Online Shop*. Semakin tinggi keamanan akan meningkatkan keputusan pembelian *Online Shopping*. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Cicilia(2015).
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Online Shop*. Semakin tinggi kemudahan akan meningkatkan keputusan pembelian *Online Shopping*. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Adityo(2011).
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Online Shop*. Semakin tinggi kualitas informasi akan meningkatkan keputusan pembelian *Online Shopping*. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Kartika & Liliani(2015).
4. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Online Shop*. Semakin tinggi kepercayaan akan meningkatkan keputusan pembelian *Online Shopping*.

Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Adyani & Sampurno(2011) dan Mona, Hendratmoko, & Ida (2015).

5. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *Online Shop*. Semakin tinggi persepsi resiko akan meningkatkan keputusan pembelian *Online Shopping*. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Riyaldi et al., (2014) dan Wisnumurti & Edwar (2015)
6. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa online shop yang semakin berkembang dan banyak diminati oleh konsumen dapat menyebabkan omzet mall-mall jadi menurun kedepannya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada suatu penelitian yang dilakukan pasti tidak lepas dari keterbatasan-keterbatasan dalam penelitiannya. Berikut adalah keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini adalah:

- 1.Data primer yang diperoleh dari 200 responden hanya berdasarkan pada kuesioner, sehingga sangat dimungkinkan adanya terjadi perbedaan persepsi dan jawaban responden dengan keadaan sebenarnya yang sebenarnya mereka alami.
2. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.

3. Perlunya waktu yang lebih lama untuk memperoleh data dikarenakan penelitian yang dilakukan diluar daerah.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian maka saran yang terhadap perusahaan adalah :

1. Bagi akademisi, dalam rangka topik keilmuan yang sama tentang motif belanja secara *online* dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi. Namun, dalam pengembangannya diharapkan perlu menambahkan variabel lain di luar variabel yang sudah masuk pada penelitian ini yang lebih bervariasi agar pada penelitian selanjutnya dapat menghasilkan kajian yang mendekati realistik.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa juga menggunakan metode wawancara agar jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
3. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap kepercayaan, kemudahan, persepsi resiko, kualitas informasi, dan keamanan karena variabel tersebut mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian *Online*, diantaranya yaitu dengan meningkatkan tingkat keamanan penjualan secara *online* serta meningkatkan reputasi penjualan *online* melalui *website* sehingga Keputusan Pembelian *Online* akan meningkat.
4. Melihat hasil penelitian ini variabel kemudahan perlu ditingkatkan lagi dengan cara membuat tampilan *interface* pada website yang lebih sederhana

dan mudah dimengerti oleh konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian secara *online*