

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di instagram dapat disimpulkan adanya pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Terlihat dari respon konsumen tentang indikator kepercayaan konsumen yaitu kemampuan, kebaikan hati, integritas memiliki nilai hampir sama besar dapat dikatakan aspek tersebut berpengaruh saat memutuskan pembelian. Serta keputusan pembelian juga mendapatkan tanggapan yang baik terlihat dari respon konsumen tentang indikator keputusan pembelian memiliki nilai hampir sama besar yaitu dilihat dari respon konsumen menunjukkan bahwa setiap aspek kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk busana di instagram.

Tingkat kepercayaan konsumen pada pembelian produk busana di instagram berada ditingkat sangat tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai prosentase dengan tingkat sangat tinggi hal ini dinilai dari aspek dan indikator yang peneliti susun. yakni indikator kemampuan dan kebaikan hati memiliki pengaruh yang penting pada kepercayaan konsumen membeli produk busana di instagram dan untuk tingkat keputusan pembelian pada produk busana di instagram berada ditingkat tinggi. Dimana terlihat nilai prosentase dengan tingkat yang tinggi. Yakni indikator rasional sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian produk busana di instagram.

5.2 Implikasi

Dengan adanya penelitian ini maka pihak akademis dapat menggunakan hasil penelitian sebagai referensi untuk penelitian sejenis serta dapat lebih dikembangkan khususnya di bidang bisnis online busana.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini ada beberapa saran yang diharapkan:

1. Pelaku usaha harus membangun kepercayaan kepada konsumen agar dapat mendorong pembelian produk busana di instagram.
2. Peneliti menyarankan untuk lebih memperluas lagi obyek penelitian dan menggunakan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

