

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin di capai, yaitu menguji dan membuktikan apa saja yang menjadi faktor keputusan pembelian ditoko online JD.ID. Oleh karena itu ditemukan beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Dari hasil keseluruhan reponden yang telah diteliti dapat dilihat frekuensi melakukan pembelian di toko *online* JD.ID paling banyak adalah dua kali sebanyak 137 orang, dengan jenis kelamin yang lebih mendominasi adalah laki-laki yang berjumlah 105 orang dengan kisaran usia 20 - 30 tahun, tingkat pendidikan sarjana sebanyak 152 orang, status pernikahan sebanyak 114 orang dan pengeluaran per bulan yang paling mendominasi adalah Rp. 5.000.001-Rp. 10.000.001 sebanyak 70 orang.

Menurut hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang telah diteliti yaitu:

1. Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *online* JD.ID, sehingga H1 kepercayaan merupakan pengaruh untuk konsumen melakukan keputusan pembelian di toko *online* JD.ID.
2. Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *online* JD.ID, sehingga H2 keamanan merupakan pengaruh untuk konsumen melakukan keputusan pembelian di toko *online* JD.ID.

3. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *online* JD.ID, sehingga H3 kualitas layanan merupakan pengaruh untuk konsumen melakukan keputusan pembelian di toko *online* JD.ID.
4. Variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko *online* JD.ID, sehingga H4 persepsi risiko merupakan pengaruh untuk konsumen melakukan keputusan pembelian di toko *online* JD.ID.

5.2. Implikasi

Hasil temuan yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dukungan bagi pihak-pihak terkait, sebagai berikut:

Dari hasil analisis 200 responden yang didapat dalam penelitian ini, jika dilihat dari pengaruh semua variabel adalah:

- a. Dilihat dari pengaruh kepercayaan 64,5% dengan jumlah 129 responden setuju toko *online* JD.ID mempunyai kemampuan dalam pengoperasian penjualan secara *online*. Oleh karena itu toko *online* JD.ID dapat lebih meningkatkan kemampuannya dalam pengoperasian penjualan secara *online*, sehingga bisa mendapatkan kepercayaan yang lebih lagi dari pelanggannya.
- b. Dilihat dari pengaruh keamanan 60% dengan jumlah 120 responden setuju bahwa toko *online* JD.ID menjamin kerahasiaan data pribadi pelanggannya. Oleh karena itu toko *online* JD.ID dapat lebih meningkatkan sistem keamanannya dalam menjamin kerahasiaan data

pribadi pelanggannya, sehingga pelanggan tidak khawatir dengan data pribadinya jika melakukan keputusan pembelian di toko *online* JD.ID karena merasa aman.

- c. Dilihat dari pengaruh kualitas layanan 60% dengan jumlah 120 responden setuju bahwa karyawan toko *online* JD.ID memberikan perhatian secara individual kepada pelanggannya. Oleh karena itu toko *online* JD.ID dapat lebih meningkatkan kualitas layanannya dengan lebih meningkatkan perhatian secara individual kepada pelanggannya, sehingga pelanggan merasa diperhatikan dengan kualitas layanan yang semakin baik.
- d. Dilihat dari pengaruh persepsi risiko 55% dengan jumlah 110 responden setuju bahwa perlunya mempertimbangkan risiko dalam hal kesesuaian produk yang dipesan pada pembelian produk di toko *online* JD.ID. Oleh karena itu toko *online* JD.ID dapat lebih meminimalkan risiko yang akan berdampak terhadap pelanggan jika melakukan keputusan pembelian secara *online*, dengan memperhatikan seluruh keaslian produk, dan kondisi produk yang baik sebelum sampai ketangan pelanggan.
- e. Terakhir jika dilihat dari keputusan pembelian 61% dengan jumlah 122 responden setuju melakukan keputusan pembelian dikarenakan toko *online* JD.ID memiliki saluran distribusi produk yang baik, dimana produk dapat diantar langsung kepada pelanggan. Oleh karena itu toko *online* JD.ID dapat lebih meningkatkan lagi saluran distribusi yang baik dan cepat, sehingga pelanggan tidak perlu merasa khawatir dan lama

menunggu untuk produk yang dipesan sampai ketangan pelanggan dengan tepat waktu.

2. Terdapat indikator dengan nilai terendah pada setiap variabel, hal itu dapat dijadikan aspek yang perlu ditingkatkan lagi oleh toko *online* JD.ID untuk menggapai keputusan pembelian pelanggan lebih meningkat lagi.

- a. Variabel Kepercayaan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel kepercayaan, hasil yang paling terendah terdapat pada dimensi *benevolence* dengan indikator “Toko *online* JD.ID memiliki kemauan berbagi atau empati kepada pelanggan”. Hal ini dapat dijadikan aspek untuk lebih meningkatkan rasa empati karyawan terhadap pelanggan.

- b. Variabel Keamanan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel keamanan, hasil yang paling terendah terdapat pada dimensi kerahasiaan data dengan indikator “Toko *online* JD.ID menjamin tidak akan menggunakan data pribadi, kartu debit/kredit untuk kepentingan lain”. Hal ini dapat dijadikan aspek untuk lebih meningkatkan keamanan penggunaan data pribadi, kerahasiaan kartu debit/kredit pelanggan, dan diharapkan pihak manajemen mengawasi semua karyawannya untuk menghindari terjadinya penyalahgunaan data pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman dalam bertransaksi.

c. Kualitas Layanan

Jika dilihat dari hasil olah data variabel kualitas layanan, hasil yang paling terendah terdapat pada dimensi ketanggapan dengan indikator “*toko online JD.ID memiliki kemampuan dalam menanggapi kebutuhan konsumen*”. Hal ini dapat dijadikan aspek untuk lebih meningkatkan rasa tanggap karyawan dalam hal menanggapi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa yakin akan keputusannya untuk melakukan transaksi pembelian.

d. Variabel Persepsi Risiko

Jika dilihat dari hasil olah data variabel persepsi risiko, hasil yang paling terendah terdapat pada dimensi risiko produk dengan indikator “*tidak perlu mengkhawatirkan keamanan pembelian produk di toko online JD.ID*”. Hal ini dapat dijadikan aspek untuk lebih meminimalkan risiko dalam hal keamanan pembelian produk di *toko online JD.ID*, sehingga konsumen tidak merasa khawatir untuk melakukan transaksi pembelian.

e. Variabel Keputusan Pembelian

Jika dilihat dari hasil olah data variabel keputusan pembelian, hasil yang paling terendah terdapat pada dimensi *merk* dengan indikator “*Melakukan pembelian produk dengan merek-merek tertentu di toko online JD.ID*”. Hal ini dapat dijadikan aspek untuk lebih meningkatkan lagi *variance* produk-produk yang lebih berkualitas dan dijamin keasliannya sehingga pelanggan merasa memiliki banyak pilihan dalam melakukan keputusan pembelian.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil uji penelitian dan kesimpulan, maka diberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.3.1. Saran Praktis

1. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel kepercayaan, maka diharapkan karyawan toko *online* JD.ID memiliki rasa empati yang lebih lagi terhadap pelanggan, sehingga pelanggan merasa lebih dihargai lagi keberadaannya.
2. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel keamanan, maka diharapkan pihak manajemen toko *online* JD.ID mengawasi semua karyawannya untuk menghindari terjadinya penyalahgunaan data pribadi pelanggan, sehingga pelanggan merasa aman dalam bertransaksi.
3. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya untuk variabel kualitas layanan, maka toko *online* JD.ID dapat lebih meningkatkan rasa tanggap karyawan, dalam hal menanggapi kebutuhan konsumen, sehingga konsumen merasa yakin akan keputusannya untuk melakukan transaksi pembelian.
4. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya untuk variabel persepsi risiko, maka toko *online* JD.ID dapat lebih meminimalkan risiko dalam hal keamanan pembelian produk di toko *online* JD.ID, sehingga konsumen tidak merasa khawatir untuk melakukan transaksi pembelian.

5. Sehubungan dengan implikasi yang telah dijelaskan sebelumnya untuk variabel keputusan pembelian, maka diharapkan kedepannya toko *online* JD.ID lebih menambah lagi *variance* produk-produk yang lebih berkualitas dan dijamin keasliannya sehingga pelanggan merasa memiliki banyak pilihan dalam melakukan keputusan pembelian.

5.3.2. Saran Teoritis

1. Penelitian ini dapat dilakukan untuk kedepannya dengan variabel yang berbeda dan menambahkan variabel lain yang belum diteliti pada penelitian ini.
2. Penelitian bisa dikembangkan dengan melakukan perubahan sampel dan tempat penelitian serta mendapatkan *insight* dari penelitian yang dibuat.

