

## BAB V

### SIMPULAN, DAN SARAN

#### V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab- bab sebelumnya dan melalui analisis Partial Least Square (PLS) mengenai analisis keputusan pembelian pada *digital marketing* yang dilakukan pegawai di Ditjen Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. *Digital Marketing* tidak berpengaruh terhadap Kepercayaan Konsumen pada pegawai Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI sebesar -3%. Hal ini menunjukkan *Digital Marketing* belum dapat meningkatkan Kepercayaan Konsumen dengan kata lain penggunaan media digital dalam aktivitas belanja online belum dapat memberikan banyak manfaat yang dirasakan oleh beberapa pegawai di Dirjend Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI dikarenakan media digital dalam aktivitas belanja online belum memberikan rasa percaya untuk para pegawai dalam melakukan belanja *online*.
- b. *Online Consumer Review* berpengaruh terhadap kepercayaan para pegawai Dirjend Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI sebesar 84,8%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *online consumer review* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan kata lain *online consumer review* merupakan sesuatu hal yang mendukung para pegawai Kominfo dalam melakukan belanja online.
- c. *Digital Marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pegawai Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI sebesar 41%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya *digital marketing* saat ini, maka dapat meningkatkan keputusan pembelian pula dengan kata lain *digital marketing* merupakan sesuatu hal yang dapat memberikan dampak positif untuk seseorang dapat melakukan keputusan pembelian dalam belanja *online*.
- d. *Online Consumer Review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pegawai Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI

- e. sebesar 35,3%. Hal ini menunjukkan semakin meningkatnya *online consumer review*, maka keputusan pembelian semakin meningkat pula dengan kata lain *online consumer review* merupakan sesuatu hal yang penting dalam memberikan kontribusi para pelaku belanja *online* dalam melakukan keputusan pembelian.
- f. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian para pegawai Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI sebesar -5%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menurunnya kepercayaan konsumen maka dapat menurun pula keputusan pembelian para pegawai Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI untuk melakukan belanja *online*.

### V.3 Saran

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Bagi penjual e-commerce sangat penting untuk membangun dan mengutamakan kepercayaan melalui kehandalan dalam system pelayanan, misalnya dengan berpartisipasi aktif dalam kegiatan diskusi dan dialog untuk melakukan komunikasi secara 2 arah dengan para pembeli atau para konsumen. Dapat menambah fitur-fitur lain selain *online consumer review* yaitu dengan memberikan informasi detail produk, serta memberikan jaminan bahwa ketepatan waktu dan kesesuaian produk dalam proses pengiriman juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi konsumen untuk bisa percaya dalam melakukan belanja online. Jika waktu dan produk yang dibeli tidak sesuai yang dijanjikan maka ada kompensasi yang diberikan penjual oleh konsumen dalam bentuk refund atau penggantian produk. Dengan demikian akan semakin banyak para pembeli atau pelaku belanja online yang tidak merasa khawatir dan takut dalam melakukan belanja online.
- b. Bagi konsumen kedepannya diharapkan sudah tidak ada lagi kekhawatiran dalam melakukan berbelanja online. Disarankan para konsumen lebih cermat dan teliti memilih e-commerce yang mampu memberikan jaminan

keamanan dan pelayanan yang lebih memprioritaskan kepuasan pelanggan. Konsumen juga dapat memilih e-commerce yang dapat memberikan kemudahan dalam hal baik dari proses pemilihan hingga proses pembayaran. Diharapkan konsumen juga mampu untuk memilih dan membedakan e-commerce yang memiliki kredibilitas atau tidak sehingga konsumen yakin dan merasa nyaman untuk melakukan transaksi secara online.

- c. Bagi web developer diharapkan mampu mengikuti perkembangan teknologi terutama di teknologi sekuriti, meningkatkan inovasi dalam rangka meningkatkan interaksi online dengan konsumen yaitu dengan cara menyediakan fasilitas untuk chatting sehingga konsumen dapat melakukan penggalan informasi terhadap produk Gadget Smartphone yang dibelinya melalui chat dimaksud. Dari hasil beberapa informasi menyatakan bahwa konsumen sangat membutuhkan customer support atau technical support dalam rangka memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.
- d. Bagi pemerintah diharapkan dapat menyediakan regulasi yang bertujuan melindungi semua pihak yang terkait.
- e. Bagi penelitian selanjutnya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian antara lain promosi, pelayanan dan kepuasan pelanggan.