

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dianalisis dan juga pembahasan dengan menggunakan SmartPLS 3.0 mengenai kepercayaan merek, keamanan, dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian online maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu pada variabel kepercayaan merek terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi keyakinan seseorang pada merek tertentu, semakin tinggi pula keputusan pembeliannya. Kemudian untuk variabel keamanan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya keamanan ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat konsumen dalam melakukan pembelian online serta keamanan ini memberi pengaruh yang besar terhadap pembelian melalui *online shopping*. Variabel terakhir yaitu perilaku konsumen terbukti juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan rata-rata total indeks untuk variabel perilaku konsumen termasuk dalam interpretasi tinggi yang artinya menunjukkan bahwa pengaruh yang tinggi dari pernyataan tersebut telah sejalan dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Menandakan bahwa setiap faktor menjadi penentu terhadap keputusan pembelian.

V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diteliti serta kesimpulan yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Reputasi internet suatu bisnis sangat penting untuk mereknya. Perusahaan akan melihat konsekuensi yang lebih menguntungkan apabila semakin tinggi reputasi mereknya. Selain itu, perusahaan akan menerima peringkat yang lebih tinggi untuk kualitas produk berdasarkan ulasan pengguna, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek perusahaan, dan melihat peningkatan penjualan dan proporsi pelanggan aktif. Selain itu, reputasi yang kuat mengurangi umpan balik negatif dari sejumlah pelanggan yang tidak puas atau bahkan pesaing.

E-commerce yang ingin menggunakan data pribadi pelanggannya harus mematuhi semua persyaratan hukum. Demikian pula, bisnis tidak diizinkan untuk menggunakan informasi pribadi pelanggan tanpa izin orang tersebut. Bisnis tersebut kemudian diharuskan untuk menyimpan informasi pribadi pelanggan sesuai dengan standar perlindungan data. Pedoman ini berbentuk persyaratan bahwa informasi pribadi dikumpulkan dari pelanggan dengan cara yang adil dan sah, bahwa informasi itu hanya digunakan untuk satu atau lebih tujuan tertentu, dapat diterima dan relevan untuk tujuan penggunaan. Perlu diingat bahwa kegagalan untuk menggunakan data pribadi konsumen dapat mengakibatkan konsekuensi hukum.

Mempelajari perilaku konsumen juga penting dikarenakan bisa membantu perusahaan mencari informasi terkait hal yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan. Pemasar dapat mencoba memperdalam rencana pemasaran yang lebih sesuai dengan bergantung pada temuan analisis perilaku konsumen. Salah satu taktik terbaik yang dapat digunakan adalah iklan dari mulut ke mulut. Metode ini sangat efektif untuk membangun merek jangka panjang dan berbiaya rendah. Salah satu variasi dari metode ini adalah agar pelanggan merujuk kerabat terdekat mereka ke barang atau jasa perusahaan. Oleh karena itu, jika bisnis menggunakan teknik saat ini secara efektif, tidak diragukan lagi ini dapat membantu menarik lebih banyak pelanggan untuk melakukan pembelian online.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan dapat memperbaiki kekurangan yang ada dalam penelitian ini dan meningkatkan jumlah sampel. Kemudian peneliti selanjutnya juga disarankan agar melakukan penelitian di lokasi yang berbeda dan menggunakan variabel lain untuk menemukan komponen tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian online. Hal ini dikarenakan variabel lain selain yang peneliti gunakan masih memiliki peluang yang lebih besar.