

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan serangkaian penelitian dan pengujian hipotesis pada pengaruh Persepsi Risiko, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online maka dapat disimpulkan:

- a. Dari hasil analisis diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan.
- b. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga berpengaruh secara langsung terhadap kepercayaan.
- c. Dari hasil analisis diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian online.
- d. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian online.
- e. Dari hasil analisis diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian online.
- f. Dari hasil analisis diperoleh bahwa persepsi risiko berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian online melalui kepercayaan.
- g. Dari hasil analisis diperoleh bahwa harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian online melalui kepercayaan.

#### **V.2 Saran**

Saran yang diberikan untuk menjadi masukan bagi Olx.co.id yaitu:

- a. Diharapkan penyedia layanan jual beli yaitu Olx.co.id dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan untuk mengurangi risiko dan kerugian yang akan dialami oleh pembeli.
- b. Berkaitan dengan masih kurangnya kesesuaian harga dengan kualitas produk hendaknya perusahaan lebih selektif dalam memilih produk