

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah disampaikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

1. *Trust* pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan Shopee sangat tinggi.
2. *Perceived risk* pada mahasiswa Manajemen Unijversitas Buana Perjuangan Karawang yang menggunakan Shopee tergolong rendah.
3. Keputusan pembelian *online* melalui Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang dalam kriteria sangat tinggi.
4. Terdapat hubungan sedang namun negatif antara *trust* dan *perceived risk*.
5. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
6. *Perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee pada mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
7. *Trust* dan *perceived risk* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui Shopee pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan nilai sebesar 0,511 atau 51,1% Sedangkan 0,489 atau 48,9% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah disampaikan. Dengan demikian dapat diambil saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Shopee diharapkan bisa menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya dalam mengamankan transaksi agar konsumen merasa aman dan nyaman ketika melakukan pembelian melalui Shopee.

2. Shopee diharapkan bisa menambah fitur yang dapat memudahkan konsumen ketika ingin memilih produk. Hal ini dikarenakan banyaknya beragam pilihan pada Shopee sehingga konsumen terkadang menghabiskan banyak waktu ketika memilih barang. Fitur tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mempersempit pemilihan produk sehingga konsumen lebih mudah memilih produk. Dengan demikian hal tersebut dapat meminimalisir risiko yang akan dialami konsumen ketika memilih produk yang terlalu beragam.
3. Shopee diharapkan lebih memperhatikan frekuensi pembelian konsumen. Agar menarik konsumen untuk terus melakukan pembelian secara rutin Shopee dapat memberikan promo seperti *cashback*, gratis ongkir, atau diskon. Sehingga dapat mendorong pembeli untuk melakukan pembelian secara rutin.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada faktor-faktor yang mempengaruhi *trust* mengingat *variable trust* memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian, seperti keamanan, pengalaman, kenyamanan dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *trust*.
2. Penelitian selanjutnya bisa melakukan penelitian dengan variabel selain *trust* dan *perceived risk* yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, mengingat *trust* dan *perceived risk* hanya mampu menjelaskan 51,1% dan 48,9% di pengaruhi oleh variabel yang tidak dikaji.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa melakukan penelitian dengan populasi dan sampel yang berbeda. Kemudian juga dapat melakukan penelitian dengan *e-commerce* yang berbeda seperti Tokopedia, Lazada, dan *e-commerce* lain.