

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini. Berikut kesimpulan dari penelitian ini.

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan nilai variabel kualitas *website* lebih besar dibandingkan variabel kepercayaan dan persepsi risiko. Dengan begitu kualitas Website memiliki pengaruh lebih besar, yang dapat dilihat dari nilai *t* hitung variabel Kualitas *website* sebesar 4,752 dibandingkan dengan nilai *t* hitung kepercayaan sebesar 2,693 dan variabel persepsi risiko sebesar 0,332.
2. Kualitas Website, Kepercayaan dan Persepsi Risiko memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian, Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai *F* hitung sebesar 50,985 dimana lebih besar dari pada *F* tabel yaitu 2,67.

6.2 KETERBATASAN PENELITIAN

1. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada wilayah kota jambi, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi beberapa wilayah, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

2. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik bila ditambahkan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.
3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas website, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Ada faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian misalnya kualitas produk atau harga.

6.3 SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka penulis mengajukan beberapa saran atau masukan yang dapat bermanfaat bagi pihak terkait.

1. Sebaiknya pihak Shopee dapat lebih meningkatkan kualitas website dan kepercayaan konsumen. Meminimalisir risiko yang ada dengan memberikan informasi yang jelas tentang penjualan kepada konsumen. karena akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti informasi yang selalu up to date, terpercaya, tertata dengan rapi dan tepat sehingga memberikan kesan positif bagi pengguna website.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam meneliti Kualitas Website, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.