

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan pada situs jual beli online tokopedia.com maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Pengalaman Berbelanja mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli sebesar 30,2% dan sisanya 70,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Pengalaman Berbelanja terhadap minat beli pada situs jual beli online Tokopedia.com. Pengalaman Berbelanja memiliki pengaruh positif, yang berarti Minat Beli akan meningkat apabila Pengalaman Berbelanja konsumen berjalan dengan baik.
2. Variabel Kepercayaan Konusmen mempunyai pengaruh yang terhadap Minat Beli sebesar 36,8% dan sisanya 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli konsumen pada situs jual beli online Tokopedia.com. Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh positif, yang berarti Minat Beli konsumen akan meningkat apabila Kepercayaan Konsumen berjalan dengan baik.

3. Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli sebesar 33,9% dan sisanya 66,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Setelah melakukan uji hipotesis diketahui terdapat pengaruh antara sistem Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen terhadap terhadap Minat Beli konsumen pada situs jual beli online tokopedia.com. Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh positif, yang berarti Minat Beli akan meningkat jika Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data diatas, maka yang dapat penulis sarankan untuk situs jual beli online Tokopedia.com :

1. Pengalaman Berbelanja memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli konsumen. Perusahaan harus meningkatkan pelayanannya seperti kemudahan dalam berbelanja, keamanan dalam berbelanja, keamanan dalam berbelanja, jamaninan berbelanja agar Pengalaman Berbelanja konsumen Tokopedia semakin membaik, sehingga dapat meningkatkan Minat Beli konsumen.
2. Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli konsumen. Untuk meningkatkan Minat Beli konsumen hendaknya perusahaan membuat konsumen dapat merasa percaya dalam berbelanja melalui tokopedia seperti pencegah penipuan, klaim barang rusak atau tidak sesuai pesanan

konsumen dan lain – lain, sehingga konsumen percaya terhadap situs belanja *online* tokopedia..

3. Hendaknya perusahaan lebih meningkatkan pelayanannya yang dapat menciptakan Pengalaman Berbelanja yang baik dan meingkatkan Kepercayaan Konsumen. Sehingga minat beli konsumen dapat meningkat pula karena Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen dapat meningkat pula karena Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen memiliki pegaruh yang cukup besar dan positif terhadap Minat Beli.

