

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dalam penelitian ini, maka peneliti melakukan kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara parsial Kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli Online (Y) Aplikasi Tokopedia.
2. Terdapat pengaruh secara parsial Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli Online (Y) Aplikasi Tokopedia.
3. Terdapat pengaruh secara parsial *Electronic Word Of Mouth* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli Online (Y) Aplikasi Tokopedia.
4. Terdapat Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ) Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) *Electronic Word Of Mouth* ( $X_3$ ) secara simultan terhadap Minat Beli Online (Y) Aplikasi Tokopedia.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dalam penelitian ini serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti terhadap *E-Commerce* Tokopedia adalah sebagai berikut :

1. Dalam hal kepercayaan dari Aplikasi Tokopedia sebaiknya dapat mempertahankan bahwa aplikasi Tokopedia dapat diandalkan untuk berbelanja secara online, dan yang menurut responden dalam penelitian ini masih kurang baik adalah agar aplikasi Tokopedia memberikan informasi produk yang benar.
2. Dalam hal kemudahan pengguna dari Aplikasi Tokopedia sebaiknya dapat mempertahankan bahwa Aplikasi Tokopedia mudah untuk, dan yang menurut responden dalam penelitian ini masih kurang baik adalah Aplikasi Tokopedia memiliki *User Interface* yang mudah untuk dipelajari.

3. Untuk hal Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) dari Aplikasi Tokopedia sebaiknya dapat mempertahankan elemen – elemen Ewom (*Electronic Word Of Mouth*) yang telah dianggap baik oleh pelaksanaannya dan elemen – elemen yang menurut responden dalam penelitian ini masih kurang baik agar pihak manajemen meningkatkannya. Seperti, promosi yang dilakukan Aplikasi Tokopedia agar terlihat lebih jelas untuk memudahkan pelanggan dalam mencari Aplikasi Tokopedia.
4. 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.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat dan variabel apa saja yang dapat membentuk kepercayaan masyarakat misalnya pengalaman bertransaksi dan reputasi perusahaan e- commerce dan diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih spesifik tentang risiko apa saja yang sebenarnya dipersepsikan pengguna e-commerce di Indonesia berdasarkan kasus-kasus yang sering terjadi.