

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dibuat simpulan yaitu:

Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian perlengkapan rumah tangga. Artinya apabila kepercayaan yang terdiri dari objek, atribut, dan manfaat yang diberikan baik maka dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian perlengkapan rumah tangga oleh konsumen Tokopedia.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

5.3 Saran

1. Saran Bagi Peneliti selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel, yang sesuai dengan konsep penelitian ini dan disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak, hal ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik dalam penelitiannya.

1. Saran Praktis

- a. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang di berikan oleh Tokopedia tinggi dan baik. Sehingga sebelum konsumen ingin membeli produk secara *online* harus memperhatikan ulasan pembeli sebelumnya, respon penjual, dan proses pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- 15 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Pengunjung. (2022, January 13).SIRCLO.<https://www.sirclo.com/blog/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjung/>,-(diakses 8 Maret 2022,pukul 19:10 WIB)
- Agustina, Melinda., Tholok, Fidellis Wato., dan Handry.(2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia (Studi Kasus Wilayah Tangerang)*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis:Vol.17* (3).
- Allen, Deann (2016, Oktober 12). *Jenis-Jenis Perlengkapan Rumah Tangga Untuk Dapur Bersih*. <http://hargamesin.org/jenis-jenis-perengkapan-rumah-tangga-untuk-dapur-bersih/> -(diakses 10 juni 2022, pukul 20:2)
- Ariestonandri, Prima.(2009). *Marketing Research For Beginner Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta:Andi.
- Ayuningtiyas, Kartika dan Gunawan, Hendra.(2018).*Pengaruh Kepercayaan Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal Of Applied Business Administration Vol. 2* (1).
- Dajan, Anton. 1996. *Pengantar metode statistik jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Ghozali, Iman (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary.(2008). *Perinsip-prinsip pemasaran* (edisi 12. Jilid I). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* (edisi 13 Jilid I). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Manajemen pemasaran* (edisi 3)
- Marsyaf, M. I. (2021, January 28). *Jumlah Pengguna Internet Sedunia Mencapai 4,66Miliar*.SINDOnews.com.
<https://tekno.sindonews.com/read/316920/207/jumlah-pengguna-internet-sedunia-mencapai-466-miliar-1611820860>-(diakses tanggal 5 Maret 2022).
- Mowen, Jhon C. dan Minor, Michael.(2002). *Perilaku Konsumen* (edisi ke-5). Jakarta: Erlangga Badan Penerbit Erlangga.
- Nanda. (2021, November 12). *18 Rekomendasi Produk Terlaris di Tokopedia 2022, Ayo Jualan!* Blog Komerce. <https://komerce.id/blog/rekomendasi-produk-terlaris-di-tokopedia/> -(diakses 8 Maret 2022)

- Nistanto, R. K. (2021, February 23). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. KOMPAS.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta> - (diakses tanggal 5 maret 2022)
- Nugroho, R. S. (2021, September 27). *Tokopedia Geser Shopee, Ini 10 Marketplace Paling Banyak Dikunjungi Halaman all - Kompas.com*. KOMPAS.Com.
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/27/120500665/tokopedia-geser-shopee-ini-10-marketplace-paling-banyak-dikunjungi?page=all>
 (diakses 2 maret 2022)
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rafidah, Inas dan Djawoto. (2017). *Analisis Keamanan Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen: Vol. 6 (2)*.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. (2008). *Perilaku konsumen*. (edisi ke-7). Penerbit : PT Indeks.
- Sobandi, Agus dan Somantri, Bambang. (2020). *Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online*. *WINTER JOURNAL : Vol. 1 (1)*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi ke-3). Bandung: Alfabeta.
- Tjakraatmadja, Albertina Tri Netta dan Harjanti, Dhyah. (2018). *Pengaruh Reputasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Produk Kosmetik Di Instagram*. *Jurnal AGORA: Vol. 7 (1)*.
- Tjiptono, Fendy. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Tokopedia (2020, Juli 16). *20 Peralatan Rumah Tangga Wajib Standar Untuk Hunian Ideal*. <https://www.tokopedia.com/blog/peralatan-rumah-tangga-hlv/> - (diakses 10 Juni 2022).